

Merja Tiensyrjä

KAJAANIN AMMATTIKORKEAKOULUN SISÄISEN VIESTINNÄN TUTKIMUS

Opinnäyte

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Tradenomikoulutus

Syksy 2005



**Kajaanin  
ammattikorkeakoulu**

## OPINNÄYTETYÖ TIIVISTELMÄ

Ala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma
Tekijä(t) Tiensyrjä Merja	
Työn nimi Kajaanin ammattikorkeakoulun sisäisen viestinnän tutkimus	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Malinen Päivi
Aika 16.5.2005	Sivumäärä 50 + liitteet
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön aihe on sisäinen viestintä Kajaanin ammattikorkeakoulussa opiskelijoiden näkökulmasta. Työn toimeksiantaja on Kajaanin ammattikorkeakoulun markkinointisuunnittelija Henna Roivainen. Tutkimusongelmina ovat viestintäkanavien toimivuus ja oikein kohdennetun tiedon perillemeno oikeaan aikaan. Työn tuloksia hyödynnetään ammattikorkeakoulun viestintästrategian tekemisessä sekä Internetin ja Intranetin kehittämisessä.</p> <p>Tutkimusmenetelminä olivat kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus ja kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Tutkimus toteutettiin nettikyselynä 11.2 - 20.2.2005 1326:lle opiskelijalle. Vastauksia tuli 375. Vastausprosentti oli 28,3 %</p> <p>Tulokset osoittivat, että suurin osa opiskelijoista oli tyytyväisiä Internetiin ja sähköpostiin viestintäkanavina. Tiedotuslehti Viisari ja Info-Tv eivät olleet opiskelijoiden mielestä kovin tärkeitä viestintäkanavia.</p>	
Luottamuksellisuus	Julkinen
Hakusanat	Sisäinen viestintä
Säilytyspaikka	Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School <b>Business</b>	Degree programme <b>Business Administration</b>
Author(s) <b>Tiensyrjä Merja</b>	
Title <b>Internal Communication at Kajaani Polytechnic</b>	
Alternative professional studies	Instructor(s) <b>Malinen Päivi</b>
Date <b>May 16, 2005</b>	Total number of pages <b>50 + appendices</b>
<p>Abstract</p> <p>The subject of this thesis was internal communication at Kajaani Polytechnic from students' point of view. The purposes of the study were to find out how the communication channels reach the students and if they get the right information at the right time.</p> <p>The methods were both quantitative and qualitative. The study was carried out with a web questionnaire sent to 1326 students. 375 students responded, thus the response rate was 28,3.</p> <p>The results showed that most of the students were satisfied with the Internet and electronic mail as communication channels. However, the information bulletin Viisari and the information television were not very important. The results of this study are used in establishing a communication strategy and in developing the Kajaani Polytechnic website and the intranet.</p>	
Confidentiality status	<b>public</b>
Keywords	<b>internal communication</b>
Deposited at	<b>Kajaani Polytechnic Library</b>

## SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
2	VIESTINTÄ	3
2.1	Viestinnän määritelmä	3
2.2	Sisäinen viestintä	9
2.2.1	Sisäisen viestinnän kanavat	14
2.2.2	Sisäisen viestinnän periaatteet	17
2.3	Sisäisen viestinnän rakenne ja haasteet	18
3	YHTEISÖViestinnän SUUNNITTELU	20
4	KAJAANIN AMMATTIKORKEAKOULUN MIELIKUVA - JA VIESTINTÄTUTKIMUS	25
4.1	Määrällinen ja laadullinen tutkimus	25
4.2	Tutkimuksen toteutus	27
4.3	Tulokset	28
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	46

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on sisäinen viestintä Kajaanin ammattikorkeakoulussa. Sisäistä viestintää tarkastellaan opiskelijoiden näkökulmasta. Työn toimeksiantaja on Kajaanin ammattikorkeakoulun markkinointisuunnittelija Henna Roivainen.

Kajaanin ammattikorkeakoulu sijaitsee Vimpelinlaaksossa kampusalueella. Kajaanin ammattikorkeakoulussa opiskelee noin 1700 opiskelijaa ja henkilöstön määrä on noin 170. Koulutusalaja ovat restonomi, tradenomi, terveydenhoitaja, sairaanhoitaja, insinööri ja englanninkielinen Bachelor of Business. Tässä työssä ei tarkastella yhteisön mielikuvaa, koska toinen opinnäytetyö tehdään edellä mainitusta aiheesta.

Tutkimusongelmia ovat viestintäkanavien toimivuus ja tiedon perillemeno oikeaan aikaan oikealle henkilölle tai ryhmälle. Opinnäytetyön tavoitteena on saada tietoa sisäisen viestinnän toimivuudesta opiskelijoiden näkökulmasta. Työn tuloksia hyödynnetään ammattikorkeakoulun viestintästrategian tekemisessä sekä Internetin ja Intranetin kehittämisessä.

Opinnäytetyön tekeminen ajoittui syksylle 2004 ja keväälle 2005. Tutkimusmenetelminä olivat kvantitatiivinen eli määrällinen kyselytutkimus ja kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Tutkimus toteutettiin nettikyselynä kaikille muille ammattikorkeakoulun opiskelijoille,

paitsi englanninkieliset opiskelijat jätettiin pois. Kysely lähetettiin 1326:lle opiskelijalle. Vastauksia tuli 375. Vastausprosentti oli 28,3 %.

Tämän opinnäytetyön teoriassa käytetään viestinnän ajattelumalleja, kuten Anssi Siukosaarta, Leif Åbergia ja Elisa Juholinia. Ajattelumalleihin sisältyvät viestinnän määritelmä, sisäinen viestintä ja sisäisen viestinnän kanavat. Teoriassa käsitellään myös sisäisen viestinnän rakennetta ja yhteisöviestinnän suunnittelua.

## 2 VIESTINTÄ

Viestintä on erityisen huomion kohteena erilaisten organisaatioiden kehittämisessä ja koko yhteiskunnan toiminnassa. Viestinnän merkityksen lisääntymiseen on useita syitä. Yksi syy on tietotekniikan ja siihen liittyvän joukkotiedotuksen ja tietokonevälitteisen viestinnän nopea kehittyminen. Organisaatioiden tiedonsiirtoon ja tiedonkäsittelyyn on otettu käyttöön Internet, sähköposti ja Intranet. Samanaikaisesti käsiteltävän tiedon määrä on moninkertaistunut. Viestintää pitää kehittää, jotta tieto kulkisi organisaatiossa tarkoituksenmukaisesti ja kitkattomasti. Toinen viestinnälle vaatimuksia asettava piirre on talouselämässä nopeasti ja usein ennakoimattomasti tapahtuvat rakennemuutokset. Ne edellyttävät organisaatiolta nopeaa mukautumiskykyä muuttuvissa olosuhteissa. Erilaiset muutosprosessit ovat tuoneet viestintään käsitteen, sisäinen markkinointi. Tämä käsite pitää sisällään ne viestinnän strategiat, joiden avulla organisaatio saadaan hyväksymään muutos, sitoutumaan siihen ja motivoitumaan sen edellyttämään uuteen toimintatapaan ja ajatteluun. (Ollitervo 6.10.2004.)

### 2.1 Viestinnän määritelmä

Viestintä on kaksisuuntaista. Sanomat siirtyvät lähettäjältä vastaanottajalle ja toiset takaisin. Muodostuu uusia sanomia ja palautetta. Syntyy siis vuorovaikutusta. Palaute on merkki siitä,

että sanoma on vastaanotettu, tulkittu ja ymmärretty toivottavasti oikein. (Siukosaari 1999, 11.)

Viestintä on prosessi. Tarkemmin ottaen se on sanomien vaihtamista lähettäjän ja vastaanottajan välillä. Prosessiin kuuluvat viesti, sanoma ja sanoman informatiivisuus, merkit ja ärsykkeet, kanava ja viestin sekä häiriöt ja palaute. (Åberg 1996, 14 – 15.)

Kunelius (1997) määrittelee viestinnän sanomien siirtona sekä yhteisyyden tuottamisena ja ylläpitämisenä, jossa rakennetaan ja muokataan myös viestijöiden identiteettiä (Juholin 1999, 29). Takala määrittelee viestinnän prosessiksi, jossa jaetaan informaatiota, asenteita ja ideoita. Tämän seurauksena on ymmärryksen kasvaminen lähettäjän ja vastaanottajan välillä (Juholin 1999, 20).

Kaikki viestinnän määritelmät ovat aika samanlaisia. Kaikissa puhutaan sanomien siirrosta. Kunelius mainitsee identiteetin muokkaamisen. Anssi Siukosaaren viestinnän määritelmä on yksinkertainen.

Viesti, sanoma, ärsykkeet ja merkit

Sanoma on yhdistelmä merkeistä, jotka muodostavat ajatuskokonaisuuden. Merkkejä ovat äänet joista koostuu kirjaimet, puhuminen, liikennemerkkit tai tietokonekieli. Merkit ovat yhteisesti sovittuja. Sanoma – ja viestikäsitteiden ajatellaan tarkoittavan samaa asiaa. Niiden välille voidaan kuitenkin tehdä pieni ero. Sanoma on lähettäjän tietoisesti muotoilema merkien yhdistelmä. Viesti voisi olla mikä tahansa ärsykesarja, joka aiheuttaa vastaanottajassa tiedollisia tapahtumia, kuten ajattelua, muistamista ja päättelyä. Ärsyke voi olla joko potentiaalinen eli mahdollisesti toteutuva tai efektiivinen eli toteutuva ärsyke. Potentiaalinen ärsyke on mikä tahansa aistein havaittava tekijä, jolla on vaikutusta havaitsijaan. Efektiivinen ärsyke on sellainen ärsyke, johon havaitsija todella vastaa. (Åberg 1996, 14 – 15.)



## Sanomien informatiivisuus

Sanoma on informatiivinen silloin, kun se vähentää vastaanottajan epätietoisuutta sanoman kuvaaman kohteen osalta. Sanoma siis kantaa informaatiota. Sanomien informatiivisuus vaihtelee. Sanoman sisällöstä, vastaanottajan aikaisemmista tiedoista ja viestintätilanteesta riippuu, kuinka paljon informaatiota vastaanottaja saa irti sanomasta. Kun sanoma on ylimalkainen, vastaanottaja ei saa siitä irti mitään ja jos vastaanottaja jo tietää tiedotettavasta asiasta, viestintä ei enää paljoakaan vähennä hänen epätietoisuuttaan. Vastaanottaja tarvitsee tietoa yleensä tiettyinä hetkenä tai tietyssä tilanteessa. (Åberg 1996, 16.)

## Kanava ja viestin

Kanava ja viestin ovat käsitteitä, joita käytetään usein rinnakkaisina. Näiden välillä on kuitenkin ero. Kanava on viestintäyhteys eli tietolähde. Viestin on tekninen apuväline, jota käytetään sanomien siirtoon. (Åberg 1996, 18.)

## Viestinnän häiriöt

Useasti tiedonkulku pysähtyy siihen, ettei osata tai muisteta kertoa asiaa. Tiedonkulku liittyy myös työntekijöiden arvostamiseen. Työntekijät tuntevat, ettei heitä arvosteta, ellei heille välitetä kertoa asioista. Kun viestitään puolihuolimattomasti ja kiireessä, viesti voidaan tulkita väärällä tavalla. Hyväkin asia voidaan pilata väärällä viestinnällä. Viestinnässä olisi otettava huomioon vastaanottajan näkökulma eli se miten asiat vaikuttavat hänen työhönsä. (Mäkinen 2003.)

Viestintä on hyvin altista häiriöille. Osmo A. Wiio on esittänyt häiriöt näin:

- Este: sanoma ei mene ollenkaan perille, esimerkiksi kirje joutuu väärään osoitteen.

- Kohina: sanomaan sekoittuu muita sanomia tai häiriöitä, esimerkiksi paikallisradio-aseman kuuluvuus huononee ajattaessa siitä pois päin.
- Kato: sanoma saapuu vastaanottajalle, mutta osa siitä häviää aistihäiriöistä johtuen, esimerkiksi huono kuulo tai näkö
- Vääristymä: sanoma tulee vastaanottajalle, mutta se tulkitaan tai ymmärretään väärin (Åberg 1996, 19.)

## Palaute

Palaute on tieto siitä, onko vastaanottaja saanut sanoman, toiminut sen mukaan ja ymmärtänyt sen. Palaute kertoo myös mitä vastaanottaja sanomasta ajattelee. Palautteen voi saada sanomana, mutta sen voi nähdä myös vastaanottajan ilmeistä, eleistä ja toiminnasta. Tärkein palaute on tietää tai nähdä, että vastaanottaja on toiminut sanoman mukaisesti. Yhteisössä palaute tarkoittaa lähinnä yhteisön johdon reaktioita, jotka perustuvat henkilöstön toimintaan. Palautteeseen kuuluu myös, että henkilöstö antaa kiitosta tai rakentavaa palautetta johdolle. (Siukosaari 1999, 68.) ”Palaute on tieto siitä, että vastaanottaja on reagoinut sanomaan. Palaute on aina lähettäjään ja hänen viestinnän tavoitteisiinsa kytkeytyvä käsite” sanoo Åberg 1999, 21.

## Työyhteisön viestintä

Työyhteisön viestintä perustuu monenkeskiseen viestintään. Se sisältää kaiken ihmisten välisen vuorovaikutuksen, tapahtuipa se sitten kasvotusten tai jonkin välineen, esimerkiksi henkilöstölehdien tai sähköpostin kautta. Viestintä voi olla virallista tai epävirallista, spontaania tai suunniteltua. Suunnitelmallinen ja virallinen viestintä liittyy työyhteisön toimintaan, muutoksiin ja suunnitelmiin. Viestinnän keinoina käytetään esimerkiksi tiedotteita, kokouksia, palaveriteita ja sisäistä tietoverkkoa Intranetiä. (Juholin 2003.)

Viestintään osallistuvat kaikki: johto, esimiehet, tiiminvetäjät ja henkilöstö. Viestintätaitoja vaaditaan kaikilta organisaation jäseniltä. Jokaisella organisaation jäsenellä on myös vastuu

tarvitsemansa tiedon aktiivisesta etsinnästä ja oleellisen tiedon välittämisestä työyhteisön sisällä. Virallisen viestinnän tavoitteena on, että tieto on kaikilla samansisältöisenä samaan aikaan. (Juholin 2003.) Työyhteisön viestintä tekee mahdolliseksi eri tilanteissa työyhteisön ja sen jäsenten tavoitteiden toteuttamisen. Viestintä on työyhteisön työkalu, jolla liitetään työyhteisön osat toisiinsa ja työyhteisö ympäristöönsä. (Åberg 1996, 61.) Mikään työyhteisö ei voi toimia ilman viestintää. Työyhteisöön kuuluvat eivät tiedä, miten työt jaetaan tai mitkä ovat tavoitteita, ellei heille kerrota näistä asioista.

### Viestintä osana yhteisön toimintaa

Viestintä on yhteisön keino saavuttaa tavoitteensa. Viestinnällä varmistetaan vuorovaikutteinen tiedonkulku ja rakennetaan yhteisökuva. Viestintä on johdettua ja suunniteltua toimintaa. Sen onnistumiseen vaikuttaa ammatillinen osaaminen ja kaikkien työyhteisössä työskentelevien panostus. Viestintä on onnistunut, kun yhteisölle tärkeillä ihmisillä on oikea mielikuva yhteisöstä ja tiedonkulku talossa, talosta ja taloon on vuorovaikutteista ja vilkasta. Onnistunut viestintä antaa hyvän tuen yhteisön päivittäiselle toiminnalle. (Siukosaari 1999, 11.)



Kuvio 1. Åbergin viestintä”pizza” (Siukosaari 1999, 18)

Åbergin viestintäpizzan ensimmäinen viestintätehtävä on profilointi. Viestintää tarvitaan, jotta voidaan luoda pitkäjänteinen tuote, - palvelu, - johtaja tai yritysprofiili. Profiili vaikuttaa myös mainontaan. Profiloinnin tavoitteena on saada yhteisökuva vastaamaan yhteisön haluamaa profiilia ja lisätä samalla luottamusta yhteisöön. (Åberg 1996, 70 – 71.)

Toinen viestintäpizzan tehtävä on myynnin ja tuotannon tukeminen. Viestintää tarvitaan tuotteiden ja palveluiden tuottamiseen ja siirtämiseen asiakkaille. Perustoimintojen tukeminen on tärkein tehtävä työyhteisön viestinnässä. Jos luvutut tuotteiden toimitusajat viivästyvät jatkuvasti viestinnän puutteiden takia, ei auta vaikka asiakaslehti olisi kuinka hieno tahansa. Osa perustoimintojen tukemiseen tarvittavaa viestintää on sisäistä ja osa ulkoista. Sisäistä viestintää ovat työviestintä eli se viestintä, jota työyhteisön jäsenet tarvitsevat, jotta

voivat hoitaa oman työnsä ja sisäinen markkinointi, joka tukee ulkoisen markkinoinnin kampanjaa siten, että koko henkilöstöllä on kampanjan onnistumisen kannalta olennaiset viestintän välineet ja tiedot. Ulkoista viestintää ovat markkinointiviestintä eli yrityksen ja asiakas-sektorin välinen kaksisuuntainen viestintä ja suhteet toisiin työyhteisöihin. (Åberg 1996, 100.)

Kolmas viestintäpizzan tehtävä on sosiaalistaminen. Viestintää tarvitaan yrityksen palveluksessa olevien työntekijöiden perehdyttämiseksi työyhteisöönsä ja työhönsä. On jokaiselle eduksi, että uusi tulokas oppii nopeasti työyhteisön pelisäännöt ja osaa toimia niiden mukaan. Sosiaalistaminen ei kohdistu vain uusiin tulokkaisiin. Työtehtävien sisällön muuttuminen ja uusien työmenetelmien käyttöönotto aiheuttavat sen, että sosiaalistamista eli perehdyttämistä tarvitsevat myös kauemmin työssä olleet. (Åberg 1996, 202.)

Viimeinen viestintäpizzan tehtävä on informointi. Viestintää tarvitaan kertomaan yrityksen tapahtumista sekä omille työntekijöille että yrityksen ulkopuolisille ihmisille. Informointi kattaa sekä tiedottamisen että suhdetoiminnan. Informointi eroaa profiloinnista ja markkinoinnista sillä, että sen painopiste on työyhteisön uutisten välityksessä. (Åberg 1996, 158.)

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan vain sisäistä viestintää Anssi Siukosaaren näkökulmasta. Åbergin viestintäpizzan sisäinen puoli on aika samanlainen kuin Anssi Siukosaaren määritelmät.

## 2.2 Sisäinen viestintä

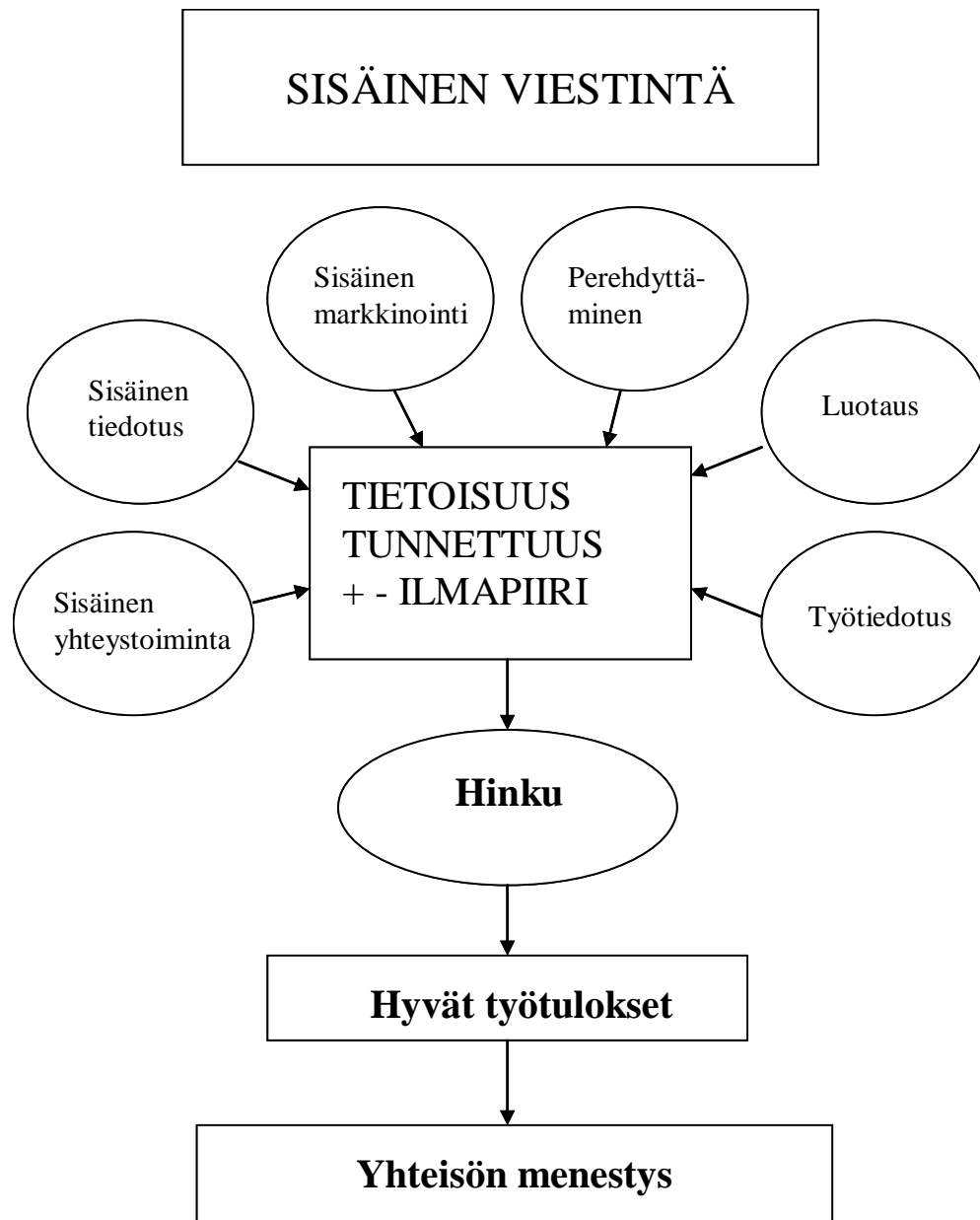
Sisäinen viestintä työyhteisössä tarkoittaa yleensä henkilöstöviestintää. Se on yhteisön viestinnän tavoitteellisin toiminto ja tärkein osaamisalue. Sisäinen viestintä on tunnettuuden ja tietoisuuden lisäämistä koko henkilöstön keskuudessa. Sisäinen viestintä vahvistaa työmotivaatiota, tehostaa yhteistyötä, varmistaa tuloksenteon, parantaa työilmapiiriä ja me-henkeä, välittää oikeaa tietoa henkilöstön lähipiireille ja rakentaa yhteisökuva. (Siukosaari 1999, 65.) Tässä työssä Kajaanin ammattikorkeakoulun opiskelijoita voidaan pitää työntekijöinä,

koska he tekevät töitä saavuttaakseen tutkinnon ja samalla he rakentavat yhteisökuvaa edustamalla koulua ulospäin.

Yhteisön sisäiseen viestintään kuuluu kuusi osa-aluetta:

1. Yhteystoiminta, jolla yhteisö pitää yhteyttä henkilöstöön
2. Tiedotus, jolla välitetään sanomia talon sisälle
3. Sisäinen markkinointi, jolla yhteisö tehdään tutuksi henkilöstölle
4. Uusien työntekijöiden perehdyttäminen
5. Sisäinen luotaus eli henkilöstön kuunteleminen
6. Työtiedotus, puhtaaseen suoritukseen liittyvä tiedonvälitys

( Siukosaari 1999, 65.)



Kuvio 2. Sisäisen viestinnän osa-alueiden vaikutus yhteisön menestykseen (Siukosaari 1999, 66)

Kuvio kertoo miten sisäisen viestinnän osa-alueet vaikuttavat joko myönteisesti tai kielteisesti yhteisön ilmapiiriin ja sitä kautta hinkuun tehdä töitä. Jos ilmapiiri on hyvä, se heijastuu työnteon hinkuna ja hyvinä työtuloksina. Hyvät työtulokset taas vaikuttavat yhteisön menestykseen positiivisesti.

## Yhteystoiminta

Yhteystoiminta on henkilöstön ja yhteisön johdon välistä yhteystoimintaa. Se on suunniteltua ja yhteisö kustantaa sen, mutta toivottavasti se toteutetaan yhdessä. Yhteystoiminnalla haetaan vuorovaikutusta yhteisön johdon ja henkilöstön välille ja henkilöstön keskuuteen, yhteenkuuluvuuden tunnetta koko yhteisöön ja me-henkeä kaikille. Sisäisellä yhteydenpidolla tavoitellaan henkilöstön viihtyvyyttä ja myös tilannetta, jossa kaikki ihmiset talossa ovat tuttuja toisilleen. (Siukosaari 1999, 67.) Yhteystoimintaan kuuluvat huomionosoitukset, esimerkiksi taloontulopäivä, jolloin uusi tulija toivotetaan tervetulleeksi ja talosta lähtöpäivä, jolloin talosta lähtijälle järjestetään kahvitilaisuus. Yhteystoiminnan keinoja ovat henkilöstötilaisuudet, kuten esimerkiksi pikkujoulut ja kevät-, syys- ja talvipäivät. (Siukosaari 1999, 70 – 73) Kajaanin ammattikorkeakoulussa taloontulopäivä on opiskelun aloittamispäivä ja talosta lähtöpäivä on opiskelun lopettamispäivä. Yhteiset ulkoilupäivät kuuluvat ammattikorkeakoulun yhteystoimintaan.

## Sisäinen tiedotus

Sisäinen tiedotus pitää henkilöstön tietoisena yhteisön uutisista ja ajankohtaisista asioista. Sisäiseen tiedotukseen kuuluu myös ongelmista ja tulevaisuuden suunnitelmista tiedottaminen. Sisäinen tiedotus huolehtii vuorovaikutuksesta ja tiedotuksesta eri suuntiin talossa. (Siukosaari 1999, 79.) Liian aikaisella tiedottamisella on huono puolensa. Kun asioista annetaan liian epämääräinen selvitys, sitä seuraava ihmisten supattelu kuluttaa energiaa ja vaikuttaa varsinaisesta työstä selviytymiseen. Siksi on huolella mietittävä, missä vaiheessa on hyvä tiedottaa ja selvittää silloin kunnolla missä mennään. (Mäkinen 2003.) Kajaanin ammattikorkeakoulussa esimerkiksi markkinointisuunnittelija Henna Roivainen tiedottaa uutisista ja ajankohtaisista asioista sähköpostilla.



## Sisäinen markkinointi

Kaikilla yhteisöillä on toiminta-ajatus. Jokaisella yrityksellä on myös liikeidea. Liikeideassa on määritelty, miten tämä yritys poikkeaa muista yrityksistä. Yhteisö on määritellyt arvonsa ja tapansa toimia sekä päättänyt millainen kuva yhteisöstä halutaan antaa. Kaikkien näiden asioiden esitleminen, tunnetuksi tekeminen ja selittäminen henkilöstölle on sisäistä markkinointia. Ihmisen onnistuminen työssään perustuu kahteen asiaan: siihen, mitä hän haluaa tehdä ja osaa tehdä. Ihmistä voidaan ohjata ja opettaa tekemään kaikki hyvin ja oikein. Jos hän ei halua tehdä näin, tulosta ei synny. Sisäisellä markkinoinnilla haetaan hyväksymisen ja tietämisen kautta innostuneisuutta työhön ja tuloksetukseen, halua henkilökohtaiseen onnistumiseen ja koko yhteisön menestymiseen. Sisäisen markkinoinnin keinoja ovat esimerkiksi sisäiset tiedotuslehdet sekä ulkoinen ilmoittelu ja tiedotus. Tiedotuslehdessä voi jatkuvasti esitellä arvoja ja yhteisökuultuuria. Ulkoiseen ilmoitteluun ja tiedotukseen kuuluvat jutut, ilmoitukset ja uutiset, jotka kertovat yhteisöstä. (Siukosaari 1999, 122 – 124) Kajaanin ammattikorkeakoulussa sisäistä markkinointia ovat esimerkiksi tiedotuslehti Viisari ja logo.

## Uusien työntekijöiden perehdyttäminen

Perehdyttämisellä on kaksi tavoitetta. Ensimmäinen niistä on, että taloon tulija tuntee itsensä odotetuksi ja toinen on, että taloon tulo on mahdollisimman luonteva ja empaattinen tapahtuma. Yhteisö toivoo myös, että uusi tulija voisi ottaa oman paikkansa mahdollisimman pian ja tehokkaasti. Perehdyttämisen keinoja ovat taloontulotilaisuudet, joissa kerrotaan perustiedot sekä henkilöstöoppaat. Hyvin hoidettu perehdyttäminen helpottaa tulijan sopeutumista uuteen paikkaan, auttaa häntä pääsemään sisään töihin, hälventää kielteisiä ennakkoluuloja ja edistää hänen viihtymistään uudessa paikassa. (Siukosaari 1999, 96 – 98.) Kajaanin ammattikorkeakoulussa perehdyttäminen on kouluun tutustuttamista ensimmäisinä päivinä, jotta opiskelija pääsee opiskelurutiineihin sisälle. Perehdyttäjinä toimivat tutoropettaja ja tutoropiskelijat.

## Sisäinen luotaus

Pienissä ja keskisuurissa yhteisöissä sisäisen hengen arviointi ei ole kohtuuttoman vaikea tehtävä. Tärkeintä on, että yhteisön johto saadaan kiinnostuneeksi tästä hengestä. Sisäisen hengen arvioinnin tärkein keino on kuunteleminen. Esimiehet, jotka viettävät koko päivän henkilöstön keskuudessa, kuulevat paljon asioita. He voivat myös kysellä ja kannustaa henkilöstöä puhumaan. Heillä on asemansa perusteella mahdollisuus tehdä lisäkysymyksiä ja ottaa selville, mitkä asiat aiheuttavat kitkaa. (Siukosaari 1999, 77.) Kajaanin ammattikorkeakoulussa opiskelijat saavat antaa palautetta kurssien sisällöistä ja opetustavoista. Opiskelijoilla on myös kerran vuodessa kehityskeskustelu tutoropettajan kanssa.

### 2.2.1 Sisäisen viestinnän kanavat

Työyhteisöllä on sisäisessä viestinnässä käytettävissään laaja valikoima muotoja ja kanavia. Muodot ja kanavat voidaan luokitella ryhmiin. **Lähikanavat** palvelevat työyksikköä tai yksittäistä työyhteisön jäsentä. **Kaukokanavat** välittävät viestejä koko työyhteisölle. **Suora keskinäisviestintä** perustuu henkilökohtaiseen kanssakäymiseen. **Välitetyssä pienjoukkoviestinnässä** käytetään joukkoviestinnän tekniikoita, mutta viestit välittyvät rajatulle kohde-ryhmälle. Joukkoviestinnässä kohdejoukko on laaja ja satunnainen. **Verkkoviestinnässä** käytetään Intranetiä ja muita sähköisen viestinnän muotoja. (Åberg 2000, 173.)

**Työtoverit** ovat viestintäkanavana helposti käytettävissä ja vuorovaikutteinen (Siukosaari 1999, 100). Työtoverit ovat työyhteisön tärkeä verkosto ja viestintäkanava. Tämän viestintäkanavan arvoa on joskus kyseenalaistettu. Joissakin organisaatioissa koetaan saatavan työtovereilta enemmän tietoa, kuin itse asiassa halutaan. Syy on todennäköisesti siinä, että työtovereilta saatua tietoa ei arvosteta. Työtoverien välistä viestintää kutsutaan myös puskaradioksi tai epäviralliseksi kanavaksi. (Juholin 1999, 145.)

**Intranet** on organisaation omaan käyttöön tarkoitettu verkko, jolla on itsenäistä sisällöntuotantoa ja joka hyödyntää selainta. Intranetin tyypillistä sisältöä ovat erilaiset sisäiset ohjeet,

osastojen esittelyt, ruokalistat, puhelinluettelot, lehdistötiedotteet ja keskustelupalstat (Siukosaari 1999, 221.) Intranetin sisällön tulisi olla ajantasaista ja sitä pitäisi voida käyttää joustavasti. Sisällön pitäisi olla avoimesti kaikkien organisaatiossa työskentelevien saatavilla (Alasilta 2000, 259). Intranetiin sopii pysyvään käyttöön sekä isoille ryhmille tarkoitettu tieto. Tekstin tulostaminen intranetistä pitäisi olla helppoa. (Veijalainen 2003.) Intranetin suunnittelussa on otettava huomioon samat asiat kuin www-palvelujakin suunniteltaessa: kenelle palvelu suunnataan ja mitä sillä halutaan saada aikaan (Siukosaari 1999, 221).

**Sähköposti** on tehokas informointikanava, kun se on kaikkien ulottuvilla ja kaikki osaavat käyttää sitä. Monissa yhteisöissä sähköpostin käyttö ylittää sietokyvyn. Ihmiset vastaanottavat päivittäin monia sähköposteja, joiden lukemiseen ja sisällön arviointiin kuluu liikaa aikaa. Yhteisöissä on laadittu sähköpostin käytölle sääntöjä. Sähköpostiviesteissä on tärkeää, että otsikko on niin konkreettinen, että vastaanottaja sen nähdessään tietää mistä on kyse. Viesteissä tulisi mennä suoraan asiaan ilman esipuheita ja turhaa liitteiden käyttöä tulisi välttää. Monelle sähköpostiviestin lähettäjälle myös tieto viestin perillemenosta on tärkeää. Jos on kyseessä tärkeä viesti, palautetta on hyvä pyytää johonkin päivämäärään mennessä. (Juholin 1999, 155 – 157.)

Hyvä sähköpostiviesti on lyhyt ja siinä käytetään hyvää yleiskieltä. Välimerkit ja isot alkukirjaimet ovat tärkeitä. Viestin tulisi alkaa tervehdyksellä. Sähköposti sopii parhaiten kertaluonteiseen ja pikaiseen viestintään sekä neutraalien aiheiden käsittelyyn. Sähköpostin mahdollisuudet pilataan usein lähettämällä liikaa tiedoksi-viestejä. Sähköposti sopii huonosti sellaisille sanomille, joita pitää selittää ja jotka herättävät kysymyksiä. (Veijalainen 2003.)

**Sähköisestä ilmoitustaulusta** on nopeasti tullut yksi suosituimmista viestintäkanavista. Se voi olla uutisikkuna, josta voi lukea päivän uutiset tai otsikot. Sähköisen ilmoitustaulun pitäisi olla helposti löydettävissä tai jopa silmien edessä verkkoon mentäessä. (Juholin 1999, 152.)

**Internet** on organisaation tärkeä tiedottamisen ja markkinointiviestinnän kanava ja väline. Organisaation verkkosivusto on hyvä kanava uutisten ja tiedotteiden julkaisuun, sillä tällöin organisaation ja vastaanottajan välillä ei ole välikäsiä, kuten toimittajia ja joukkotiedotusvä-

lineitä. Organisaatiolla on siis mahdollisuus välittää sanomansa vastaanottajalle sellaisena kuin se on. Verkkosivuston hyvänä puolena on myös se, että tiedote voidaan julkaista välittömästi verkkosivulle kaikkien nähtäväksi. (Korhonen 21.1.2005.)

Verkkokirjoittamiselta vaaditaan samoja asioita kuin informatiiviselta kirjoittamiselta yleensä eli informatiivisuutta ja tiiviyyttä. Aito verkkoteksti käyttää hyväkseen linkkien mahdollisuuksia. Verkkotekstissä jokaiselta sivulta voi siirtyä muille sivuille eli teksti muuntuu lukijan mukaan ja kirjoittajan on huomioitava tämä. (Juholin 1999, 155.) Internet-sivuilla on tärkeää olla oikeat hakusanat ja sivujen tulisi olla riittävän nopeat. Sivuja tulisi päivittää säännöllisesti. Aloitussivun selkeys ja sopivankokoinen teksti ovat myös huomioitavia asioita. (Hatva 2002, 14 – 16.)

Hyvän www-sivuston tunnusmerkkejä ovat rakenteen loogisuus, käyttöliittymän helppous ja ymmärrettävyys, selkeys ja esteettömyys eli sopivuus kaikille laitteille, näytöille ja selaimille. Hyvä www-sivusto on myös kohderyhmäänsä iskevä ja sitä hyvin palveleva, olennaiset tiedot sisältävä, sisällöltään sivujen luonteeseen sopiva ja käyttäjän koneelle nopeasti latautuva. (Korhonen 21.1.2005.)

**Tavallinen ilmoitustaulu** ei ole vuosia vanhojen kellastuneiden papereiden paikka. Taulua pitää päivittää ja sille laitettavaa tietoa ryhmitellä. Ilmoitustaululla olevan viestin pitää olla ymmärrettävä. (Mäkinen 2003.) Ilmoitustaulun etuja sisäisessä viestinnässä ovat sisältö (kaikki tietävät mitä tietoa on tarjolla) ja sijainti (kaikki tietävät missä se on). Ilmoitustauluja pitäisi olla riittävästi ja ne pitäisi sijoittaa helppojen ja käytettyjen kulkureittien varrelle. Ilmoitustaululle laitettavien tiedotteiden ja ilmoitusten tulee olla kokoa A3, A4 tai A5. Ilmoitustaululla tulisi olla vastuullinen hoitaja, joka muun muassa poistaa vanhentuneet tiedotteet. (Siukosaari 1999, 106 – 107.)

**Hyvä tiedotuslehti** kertoo juttuja yhteisöstä ja sen toiminnasta. Lehdessä kerrotaan esimerkiksi tapahtumista, tulevista muutoksista ja henkilöistä. Tiedotuslehden onnistumiseen vaikuttaa toimittaja, tiedonkulku ja tekniikka. On tärkeää, että tiedotuslehdellä on vastuullinen tekijä, joka on innostunut tehtävästään, osaa tiedotuslehden tekemisen periaatteet sekä tuntee talon ja sen ihmiset. Ilman aineistoa ei synny toimivaa tiedotuslehteä. Osan aineistosta tekijä

pystyy hankkimaan itse liikkumalla talossa. Muun aineiston tekijälle ovat velvollisia toimitamaan muut yhteisön yksiköt. Tiedotuslehden jutut on kirjoitettava henkilöstön ymmärtämällä kielellä, lyhyillä virkkeillä ja tutuilla sanoilla. Juttujen pitää olla lyhyitä ja otsikkojen paljon puhuvia. (Siukosaari 1999, 111 – 113.) On tärkeää, että tiedotuslehti ilmestyy säännöllisesti ja jokainen tietää milloin se tulee. Kun lehteä osataan odottaa, se myös huomataan ja luetaan. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 1997, 145.)

**Sisäisen television** etu on luonnollisesti elävän kuvan käyttö. Sanoma saadaan tällä tavalla paljon havainnollisemmaksi. Toisaalta juuri kuvien asettaa vastaanottajalle kovan vaatimuksen. Televisiokuvaa katsoessa ei voi tehdä mitään muuta. (Siukosaari 1999, 117.)

### 2.2.2 Sisäisen viestinnän periaatteet

Viestintä vaatii pelisäännöt samalla tavalla kuin esimerkiksi pesäpallo. Pitää tietää millaiseen toimintatapaan yhteisö on sitoutunut. Pelisäännöissä määritellään asioita, jotka usein löytyvät yhteisön arvoista. Näitä asioita voivat olla avoimuus, rehellisyys, ajantasaisuus, nopeus, vuorovaikutteisuus ja toisten huomioonottaminen. Tavoiteperiaatteet voisi purkaa esimerkiksi seuraavasti: Viestintä on avointa, ennakkoivaa ja vuorovaikutteista. Avoimuus tarkoittaa sitä, että asiat kerrotaan kaunistelematta seurauksineen ja syineen. Ennakoivuus tarkoittaa sitä, että henkilöstö saa tiedon omaa yhteisöään koskevista asioista ennen ulkopuolisia sidosryhmiä. Vuorovaikutteisudella tarkoitetaan kaikkien vastuuta tiedonkulusta. Viestinnän pelisäännöt kannattaa kirjata henkilöstöoppaaseen tai Intranetiin. (Juholin 1999, 108 – 109.)

Tuskin on olemassa montakaan organisaatiota, joiden viestinnän periaatteena ei olisi avoimuus. Asian toteaminen ei kuitenkaan riitä, vaan pitää myös eritellä, millaista on avoin viestintä ja miten sitä toteutetaan käytännössä. Viestinnän avoimuus voidaan purkaa käytäntöön esimerkiksi näin: myönteisistä ja kielteisistä asioista keskustellaan ja kerrotaan peittelemättä. Ristiriidat nähdään kehitysmahdollisuuksina. Jokaisella on velvollisuus ja oikeus antaa palautetta työyhteisönsä jatkuvaa kehitystä varten. Avoimuuden toteuttamiseksi yhteisö sitoutuu toimimaan esimerkiksi niin, että johtoryhmän kokousten pöytäkirjat ja niihin perustuvat

tiedotteet ovat Intranetissä saman päivän aikana sekä yksiköt, projektit ja tiimit tuottavat intranetiin tietoa hankkeiden etenemisestä. Periaatteiden toteutumista varten pitää olla olemassa keinot niiden seurantaan. Avoimuutta voidaan arvioida toiminnan kautta ja ihmisten kokemuksiä kuuntelemalla. (Juholin 1999, 109 – 110.)

### 2.3 Sisäisen viestinnän rakenne ja haasteet

Herkästi luullaan, että kanavien runsaus tehostaa viestintää ja lisää tyytyväisyyttä viestintää kohtaan. Tämä on osoittautunut vääräksi luuloksi monissa työyhteisöissä. Keskenään kilpailevat viestintäkanavat synnyttävät tiedon ylikuormitusta, joten olennaisen tiedon etsiminen vie kohtuuttomasti aikaa. Viestinnän rakenteen suunnittelu tarkoittaa sitä, että kunkin asiakokonaisuuden viestintään määritellään yksi tai kaksi pääkanavaa. Osastokohtaisten asioiden tärkein kanava on esimies sekä mahdollisesti sähköposti ja intranet. Koko yhteisön tavoitteiden ja suunnitelmien viestintään määritellään esimerkiksi johdon tilaisuudet ja Intranet. Käytössä olevia kanavia voi olla useita, mutta on tärkeää määritellä myös tärkeimmät kanavat. Saman asian esiintyminen useilla kanavilla aiheuttaa hämmennystä ja tyytymättömyyttä, eikä vastaanottaja tiedä, mistä viesti löytyy täydellisimmillään. Sisäisen viestinnän rakenteen selkeys merkitsee tiedon vastaanottajille, tuottajille ja välittäjille melkoista helpotusta, kun etukäteen tietää mistä kanavasta tietoa voi etsiä. (Juholin 1999, 159.)

#### Sisäisen viestinnän haasteet

1. Tarpeiden ja odotusten tiedostaminen. Mitä tietoja tarvitaan, mikä henkilöstöä kiinnostaa?
2. Turvattu tiedon saanti. Tiedon panttaus ei enää kuulu viestintäilmastoon.
3. Kaikkien valmius vilkkaaseen ja avoimeen tiedonvälitykseen. Tieto ei liiku itsestään, joten kaikkien on tunnettava vastuu tiedon välittämisestä.
4. Talon, ihmisten ja tehtävien tunteminen.

5. Sanomien kohdistaminen ja karsiminen. Liiallisen tietotulvan pysäyttämiseksi on sanomia karsittava.
6. Toimivien kanavien ja keinojen valinta. Jatkuvasti joudutaan harkitsemaan mitä tietoa välitetään verkoissa ja mitä paperilla.
7. Onnistumisen mittaus ja arviointi. Viestinnälle asetetaan tavoitteita ja arvioidaan miten tavoitteet saavutettiin. (Siukosaari 1999, 130.)

### 3 YHTEISÖVIESTINNÄN SUUNNITTELU

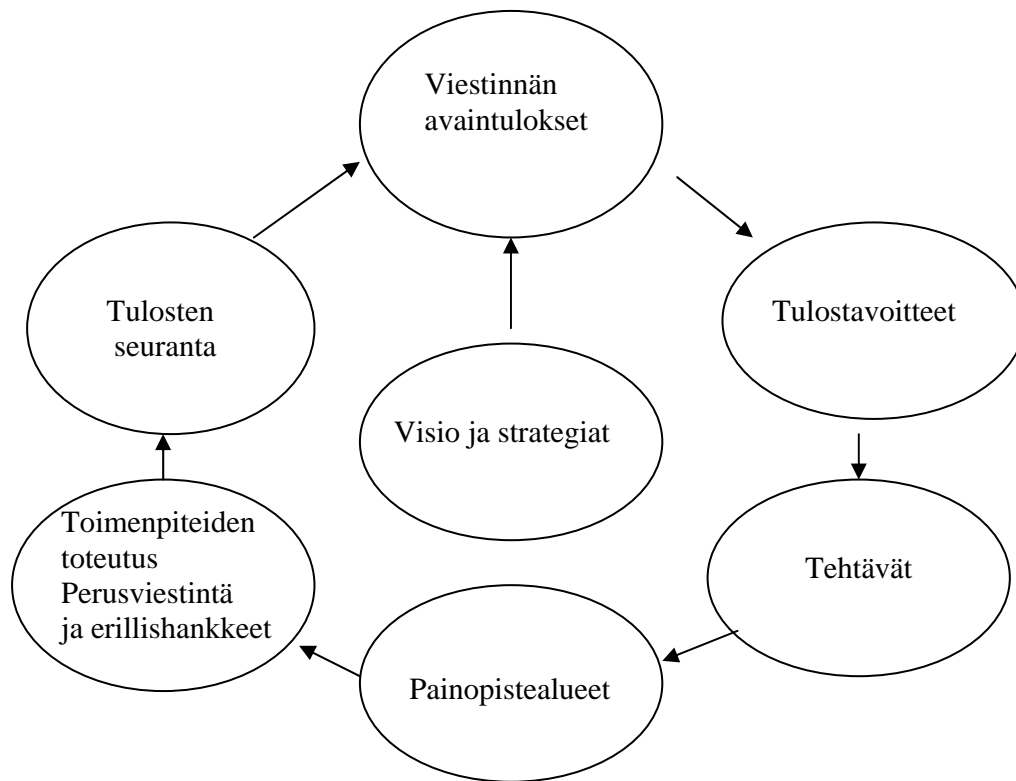
Viestintä on työyhteisön voimavara eli resurssi. Sitä on suunniteltava, valvottava ja johdettava, kuten muitakin resursseja. Yhteisöviestinnän alue on laaja. Alueeseen kuuluu muun muassa sisäinen ja ulkoinen markkinointi, työhöjeet, tiedottaminen, profilointi, yhteystoiminta, henkilöstön kiinnittäminen ja jopa lähiverkkoihin vaikuttaminen. Kaikkia yhteisöviestinnän osa-alueita ei toteuteta yhdessä yksikössä. Tämä tekee yhteisöviestinnän suunnittelun, toteutuksen ja seurannan erityisen haastavaksi. Siitä huolimatta, että käytännön toteutus on hajautettu, jonkun pitää tarkastella yhteisön viestintää kokonaisuutena. Tämä henkilö on työyhteisön viestintätoimesta vastaava viestintäjohtaja. (Åberg 1997, 173 – 174.)

#### Strateginen suunnittelu

Viestintästrategian tarkoitus on tuoda ilmi, millä tavoin ja millaisia tuloksia saavuttaen viestintä tukee koko yhteisön toimintaa ja asetettuihin tavoitteisiin pääsemistä. Strateginen viestintä on jatkuva prosessi, joka lähtee avaintulosten, tulostavoitteiden ja tehtävien määrittelystä. Tehtävistä valitaan muutama painopistealue, jonka piiriin kuuluvia toimenpiteitä aletaan toteuttaa. Tuloksia arvioidaan suhteessa avaintuloksiin. Arviointi mahdollistaa sen, että seuraavan jakson tehtäviä ja painopistealueita voidaan tarkentaa. Prosessimainen eteneminen



tekee mahdolliseksi sen, että viestinnässä tehdään oikeita asioita oikeaan aikaan. (Juholin 1999, 114 – 115.)



Kuvio 3. Yhteisön viestinnän suunnitteluprosessi (Juholin 1999, 116)

Suunnittelu tarvitsee tietoa viestinnän nykytilasta. Tämän tiedon avulla voidaan paneutua tarkemmin niille alueille, jotka ovat ajankohtaisia tai joilla on tavoitteisiin eniten matkaa. Viestinnän tehtävänä on parantaa esimerkiksi sellaista tilannetta, että tavoitearvoja ei tunneta eikä niihin sitouduta. Viestintästrategia tehdään mieluiten useammaksi vuodeksi, mikä luo toiminnalle pitkäjänteisyyttä. Strategiaa tarkistetaan vuosittain. Sisäisen viestinnän **avaintuloksina** voi olla esimerkiksi tiedonkulun toimivuus määritellyistä aiheista ja kanavien toimivuus. Avaintulokset voidaan lausua esimerkiksi näin: sisäisen viestinnän tärkeimmät kanavat ovat intranet ja kasvokkaisviestintä, joiden välityksellä henkilöstö saa itseään ja yksikköään koskevat tiedot ennen muita ulkoisia ja sisäisiä ryhmiä. (Juholin 1999, 115 – 116.)

**Tulostavoitteiden** pitää olla niin konkreettisia, että niiden toteutumista voidaan seurata erilaisten mittareiden avulla. Tulostavoitteita voi olla esimerkiksi tietovajeet ja kanavavajeet,

joita mitataan halutun ja saadun tiedon erotuksella. **Tehtävät** ovat niitä konkreettisia tekoja, joita tarvitaan tulostavoitteiden saavuttamiseksi ja avaintuloksiin pääsemiseksi. Tehtäviä voi olla Intranetin perustaminen ja perehdyttämisohjelmat. Tehtävien toteutumista seurataan niin, että onko asia toteutettu vai ei. **Painopistealueet** ovat suurempia kokonaisuuksia, joihin keskitytään. Jos viestintästrategia sisältää vaikka 100 toteuttamista vaativaa tehtävää, niistä voidaan valita yksi tai muutama alue, vaikka sisäinen viestintä. Sisäisen viestinnän painopistealueita voivat olla taidot ja tekniikka. Suunnittelun yhteydessä on käytävä läpi olemassa olevat voimavarat ja niiden riittävyys suhteessa viestinnän tavoitteisiin. Viestinnän resurssit koostuvat laadullisesta ja määrällisestä osaamisesta, viestinnällisistä valmiuksista, tekniikasta, rahasta ja tiedosta. (Juholin 1999, 117 – 119.)

### Operatiivinen suunnittelu

Operatiivinen suunnittelu tarkoittaa esimerkiksi vuosisuunnittelua. Suunnittelujakson pituus on yleensä vuosi tai jokin muu ajanjakso, jolle asioita muutenkin ohjelmoidaan organisaatiossa. Åberg (1997) on korostanut viestinnän suunnittelun liittämistä koko yhteisön vuosisuunnitteluun, jolloin myös viestinnän budjetointi on samassa rytmissä. Operatiivinen viestinnän suunnittelu perustuu viestintästrategialle, eikä siihen voi putkahtaa asioita, joille ei löydy perusteita strategiasta. Vankka strateginen pohja luo myös ammattilaisille tukevamman jalustan, kuin jos toimenpiteitä suunniteltaisiin pelkän inspiraation pohjalta. (Juholin 1999, 120.)

### Nykytilan arviointi

Jatkuva tulosten seuranta tekee mahdolliseksi luotettavan nykytilan arvioinnin. Arvioinnin tarkoituksena on varmistua siitä, että ollaan tekemässä oikeita asioita. Arviointi voi perustua tutkimuksiin tai omaan tietoon ja tuntumaan. Nykytilan arviointi kohdennetaan yhteisön määrittelemille tärkeimmille viestinnän alueille, esimerkiksi vuorovaikutukseen ja yhteishenkeen tai tiedonkulun toimivuuteen. (Juholin 1999, 121.)

## Toimenpiteiden valinta

Tony Newbold ja Mike Long (1997) ovat sitä mieltä, että toimenpiteet pitäisi jakaa kolmeen ryhmään. Ensimmäinen olisi mitä *pitää* ehdottomasti tehdä, toinen olisi mitä *pitäisi* tehdä ja kolmas mitä *haluaisimme* tehdä.

Esimerkki siitä, mitä *pitää* tehdä:

- Välittää tiedot organisaatiossa tapahtuvista muutoksista saman päivän aikana kaikille.

Esimerkki siitä, mitä *pitäisi* tehdä:

- Varmistua seuraavan kahden kuukauden sisällä siitä, että jokainen yhteisössä tietää vision ja strategian.

Esimerkki siitä, mitä *haluaisimme* tehdä:

- Välittää koko yhteisöä koskevat viestit 20 minuutissa kaikille yksiköille.

Esimerkeissä korostuu viestinnän tiheys, joka viittaa viestinnän keskeiseen periaatteeseen eli avoimuuteen. Tutkimusten mukaan avoimuuden kriteeri on usein nopeus. Jälkikäteen informoitu asia koetaan salaamisena, kun taas sama asia kuultuna paria tuntia aikaisemmin edustaa avointa viestintää. (Juholin 1999, 123 – 124.)

## Perusviestintä ja erillishankkeet

Edellä esitelty viestinnän toimenpiteet edustavat toisaalta toimintatapoja ja toisaalta tietosisältöjä. Viestintä voidaan vuosisuunnittelun yhteydessä jakaa kahteen kategoriaan eli perusasioihin ja erillishankkeisiin. Perusasiat koskevat yhteisön arkitoimintaa, suunnitelmia, tavoitteita ja tuloksia. Erillishankkeet johtuvat yhteisön tilanteesta jonakin ajanjaksona. Erillishankkeita voivat olla esimerkiksi henkilöstörakenteen muutokset ja yhteisön laajentuminen tai supistuminen. (Juholin 1999, 124.)

Erillishankkeiden avulla kehitetään jotakin viestinnän osa-aluetta. Viime vuosina Intranet ja siihen liittyvä koulutus on ollut yksi yleisimmistä viestinnän kehittämishankkeista. Hankkeiden suunnittelurakenne on samanlainen kuin viestinnän kokonaissuunnittelun. Suunnittelus-

sa on määriteltävä tavoitteet, tulokset, toimenpiteet ja mittarit. Esimerkiksi intranet-hankkeen tavoitteiksi voidaan asettaa sisäisen keskustelun vilkastuminen ja tiedonkulun nopeutuminen. Tuloksina voidaan odottaa, että ihmiset käyttävät Intranetiä, keskustelevat siellä ja etsivät tietoa oma-aloitteisesti. Toimenpiteitä ovat Intranetin rakentamisen lisäksi tiedon tuottajien ja käyttäjien koulutus ja motivointi. Tuloksia arvioidaan käyttäjämäärillä, tiedon tuoreudella ja aktiivisuudella osallistua keskusteluun ja aineiston tuottamiseen. (Juholin 1999, 124 – 127.)

#### 4 KAJAANIN AMMATTIKORKEAKOULUN MIELIKUVA - JA VIESTINTÄTUTKIMUS

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelminä ovat kvantitatiivinen eli määrällinen kyselytutkimus ja kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä valittiin siksi, että se antaa vastauksia esimerkiksi prosentteina, kuten tässä tutkimuksessa tarvittiin. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä valittiin siksi, että tutkimuksessa on myös avoimia kysymyksiä ja näihin kysymyksiin kvalitatiivinen menetelmä soveltuu kvantitatiivista menetelmää paremmin.

##### 4.1 Määrällinen ja laadullinen tutkimus

###### Määrällinen tutkimus

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus kuvaa asioita numeeristen suureiden avulla. Siinä käytetään aineiston keruuvaiheessa yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Kvantitatiiviseen tutkimukseen saadut vastaukset ovat tutkimuksen nimen mukaisesti määrällisiä kappaleita, markkoja ja prosentteja. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin kuka, mitä, missä, mistä, kuinka usein, ja kuinka paljon. (Rope 1992, 13.) Kvantitatiivisella tutkimuksella voidaan kuvata tutkittavan ilmiön rakennetta eli

sitä minkälaisista osista se koostuu, löytyykö osien väliltä riippuvuutta, minkälaisia yhteyksiä osien välillä on ja minkälaisia muutoksia tutkittavassa ilmiössä tapahtuu. (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1994, 22.)

Tutkimuksen arvo ei muodostu tutkimuksen teknisestä toteutuksesta, vaan saatujen tulosten hyödyntämiskelpoisuudesta. Tutkimuksesta ei voida tehdä mitään johtopäätöksiä ellei sitä ole tutkimusteknisesti ja objektiivisesti oikein suoritettu. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksen validiteetin ja reliabiliteetin on oltava kunnossa. Validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkimus on mitannut juuri niitä asioita mitä sen pitikin. Validiteettiin vaikuttaa keskeisesti kysymysten muotoilu, niihin valitut vastausvaihtoehdot ja kysymysten sijoittaminen lomakkeeseen. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä eli jos tutkimus toistettaisiin tulokset olisivat yhtenevät nyt toteutetun tutkimuksen kanssa. Reliabiliteettia kuvataan joskus myös sanalla luotettavuus joka osoittaa sen, että johtopäätöksiä tehtäessä tutkimustuloksiin voidaan luottaa. Reliabiliteettia heikentävät muun muassa liian pieni otoskoko, kysymysten epäselvä muotoilu, suuri vastauskato ja väärin ajoitettu tutkimustoteutus. (Rope 1992, 49.)

### Laadullinen tutkimus

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta sekä sen päätösten ja käyttäytymisen syitä. Se vastaa kysymyksiin miten ja miksi. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen oleellisin ero on, että kvalitatiivisen tutkimuksen otoskoko on yleensä pieni. Sen avulla ei pyritä tilastollisesti merkitsevään edustavuuteen vaan löytämään selittävät tekijät ongelma-alueisiin. Käytetyimmät kvalitatiiviset tiedonkeruumenetelmät ovat ryhmäkeskustelut, syvähaastattelut ja havainnointitutkimukset. (Rope 1992, 13 – 14.) Avoimet kysymykset sallivat vastaajien kertoa mielipiteensä omin sanoin eivätkä ehdota valmiita vastauksia. Avointen kysymysten hyvä puoli on, että ne välttävät haitat, jotka aiheutuvat vastaamisen muodosta eli rasti ruutuun menetelmästä. Avoimet kysymykset kuuluvat välttämättömänä vaiheena monivalintatehtävien vaihtoehtojen kehittelyyn ja auttavat monivalintatehtävien poikkeavien vastausten tulkinnessa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 188.)

## Havainnointi

Haastattelun ja kyselyn avulla saadaan selville, mitä henkilöt ajattelevat, uskovat ja tuntevat. Kysely tai haastattelu ei kuitenkaan kerro mitä todella tapahtuu. Havainnoinnin avulla saadaan tietoa, onko ihmisten toiminta sellaista kuin he sanovat sen olevan. Yhteiskuntatieteilijät ovat hyvin selvillä, että esimerkiksi ihmisten arvostuksia tutkittaessa saadaan erilaisia tuloksia, jos näitä asioita kysellään tai jos katsotaan, miten ihmiset todella toimivat arkielämässä. Havainnoinnin suurin etu on, että sen avulla voidaan saada suoraa tietoa yksilöiden ja organisaatioiden käyttäytymisestä ja toiminnasta. Havainnointi on todellisen elämän tutkimista ja se välttää keinotekoisuuden. Havainnoinnin haittana pidetään sitä, että havainnoija saattaa sitoutua emotionaalisesti tutkittavaan tilanteeseen. Tämän takia tutkimuksen objektiivisuus kärsii. Joissakin havainnointitilanteissa voi olla vaikea tallentaa tietoa välittömästi, jolloin havainnoijan täytyy luottaa muistiinsa ja kirjata havainnot myöhemmin. Huolimatta havainnoinnin eduista ja haitoista se on menetelmä, jonka avulla voidaan kerätä monipuolista ja mielenkiintoista aineistoa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 199 – 201.)

### 4.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin 11.2 – 20.2 välisenä aikana yhdessä toisen tutkimuksen kanssa, mutta kummallakin tutkimuksella oli oma kysymysosionsa. Tässä tutkimuksessa käsitellään vain kysymyslomakkeen osio 2:n kysymykset, koska ne liittyvät tämän työn aihepiiriin. Aluksi keskusteltiin työn toimeksiantajan ja ohjaavan opettajan kanssa kysymyksistä ja testattiin kyselylomake markkinointiluokan opiskelijoilla. Opiskelijat kommentoivat kysymyksien ymmärrettävyyttä ja lomakkeessa olevia turhia kysymyksiä. Opiskelijoiden kommenttien jälkeen tehtiin lopullinen kyselylomake, joka lähetettiin sähköpostilla 1326:lle opiskelijalle. Vastausaikaa oli 10 päivää. Vastausten saavuttua, aineistoa käsiteltiin SPSS-ohjelmalla. Kvantitatiivisen osion vastaukset esitellään prosenttiluvuin ja kuvioiden avulla.

Tutkimuksessa oli myös avoimia kysymyksiä. Tutkimukseen liittyi myös sähköisen ilmoitustaulun ja tavallisen ilmoitustaulun havainnointia. Nämä ovat tutkimuksen laadullista osuutta. Avointen kysymysten vastaukset luokiteltiin luokkiin samankaltaisuutensa perusteella. Sähköistä ilmoitustaulua havainnoitiin katselemalla ja tavallista ilmoitustaulua ottamalla kameralla kuvia.

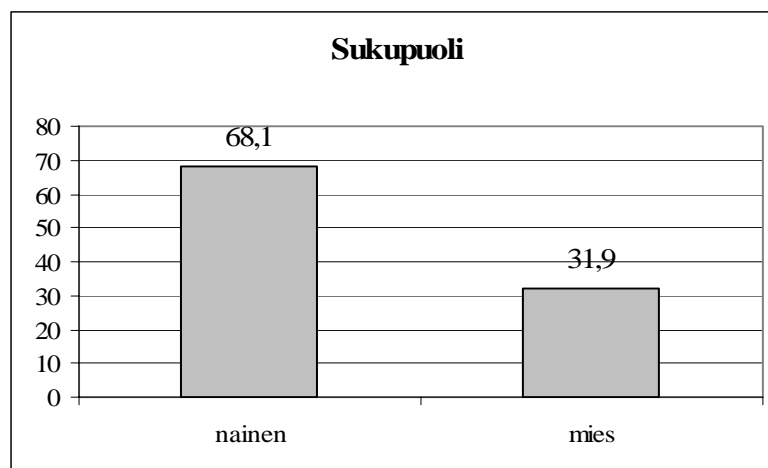
#### 4.3 Tulokset

Kysely lähetettiin 1326:lle opiskelijalle. Kyselyyn tuli vastauksia 375. Vastausprosentti oli 28,3 %. Tuloksia esitettäessä prosenttiluvut on laskettu aina kuhunkin kysymykseen vastanneista, joiden määrä on merkitty kyseisellä kohdalla n-merkinnällä.

##### **Taustakysymykset**

Tutkimuksen neljä ensimmäistä kysymystä olivat taustakysymyksiä, joissa kysyttiin sukupuolta, ikää, opiskelualaa ja opiskelun kestoa.

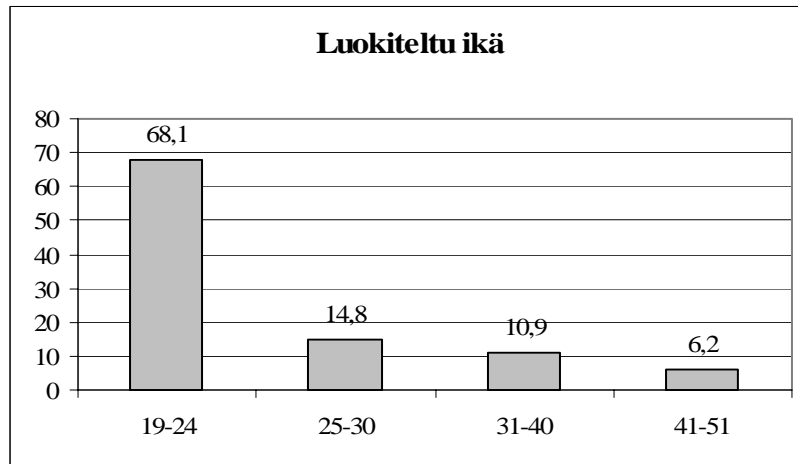
Vastanneista (n=348) 68,1 % oli naisia ja 31,9 % oli miehiä. Kajaanin ammattikorkeakoulussa (3.10.2004) naisia oli 55 % ja miehiä 45 %. Tämän perusteella näyttää siltä, että naiset ovat vastanneet tutkimukseen ahkerammin.





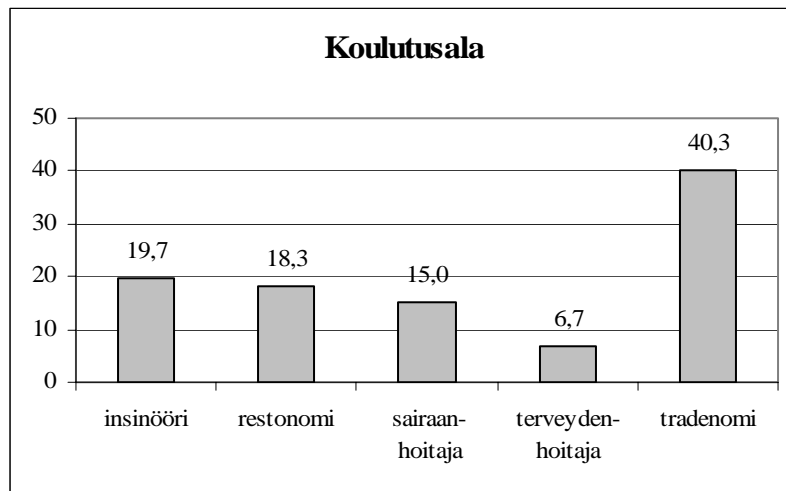
Kuvio 4. Sukupuolijakauma

Vastanneista (n=357) 68,1 % oli 19 – 24-vuotiaita. Muita ikäryhmiäkin oli ja 6,2 % vastanneista oli 41 – 51-vuotiaita.



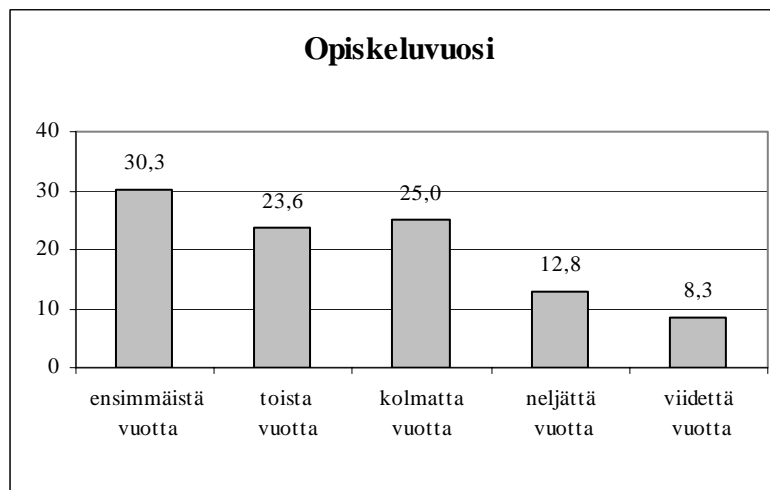
Kuvio 5. Vastaajien ikä

Eniten eli 40,3 % vastanneista (n=360) oli tradenomiopiskelijoita. Insinööri ja restonomiopiskelijoita oli molempia noin 20 % ja terveyden- ja sairaanhoitajaopiskelijoita noin 20 %. Kajaanin ammattikorkeakoulussa tradenomiopiskelijoita on 32,9 %, terveyden- ja sairaanhoitajaopiskelijoita 21,8 %, restonomiopiskelijoita 13,5 % ja insinööriopiskelijoita 31,8 %. Tradenomiopiskelijat ovat olleet innokkaimpia vastaamaan ja insinööriopiskelijat vähiten innokkaita vastaamaan. Terveydenhoitaja- ja sairaanhoitajaopiskelijat sekä restonomiopiskelijat ovat vastanneet innokkaasti.



Kuvio 6. Vastaajien koulutusalat

Vastanneista (n=360) 30,3 % opiskelee ensimmäistä vuotta, 23,6 % toista vuotta ja 25 % kolmatta vuotta.

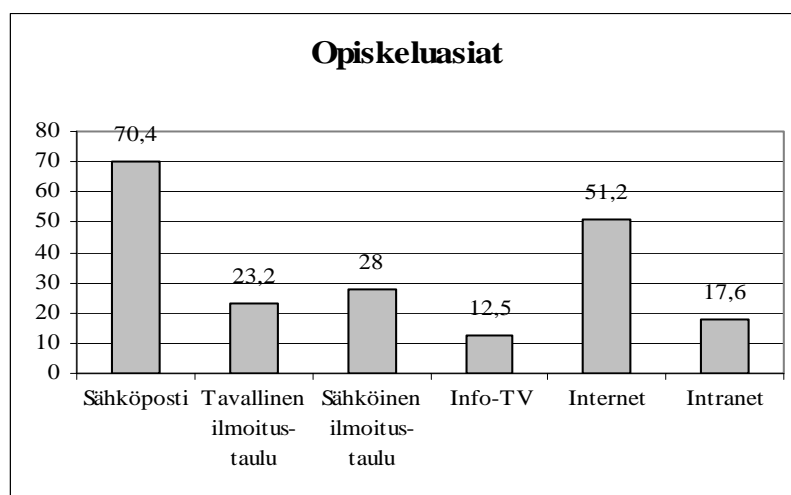


Kuvio 7. Opiskelujen vaihe Kajaanin ammattikorkeakoulussa

### Vastaajien valitsemat kanavat opiskeluun liittyville erilaisille tiedoille

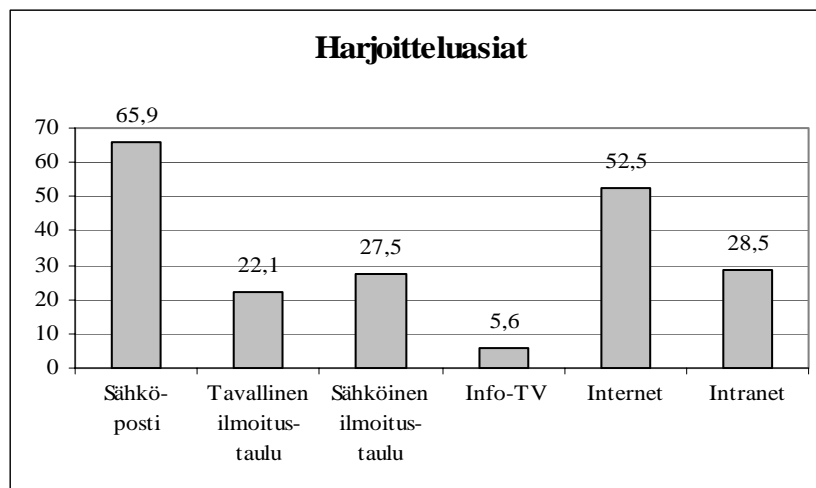
Tutkimuksessa kysyttiin missä viestintävälineessä vastaaja haluaisi erilaisten tietojen olevan. Kysymyksessä sai valita yhden tai useamman vastausvaihtoehdon seuraavista: sähköposti, Info-Tv, Internet, sähköinen ilmoitustaulu, Intranet ja tavallinen ilmoitustaulu. Näissä vastauksissa ei ole vastaajien lukumäärää eli n-merkintää, koska vastaajat saivat valita yhden tai useamman vaihtoehdon.

Sähköposti ja Internet nousivat opiskeluasioiden suosituimmiksi viestintävälineiksi. Vastaajista 70,4 % halusi opiskeluasioiden tulevan sähköpostissa ja 51,2 % Internetin välityksellä.



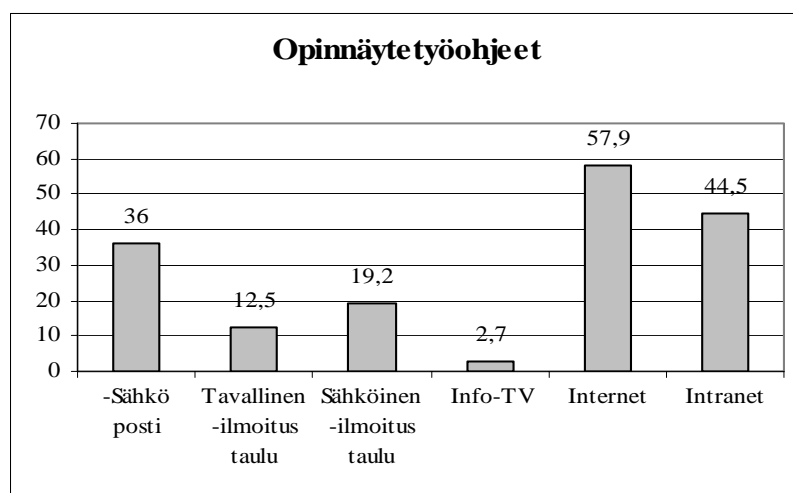
Kuvio 8. Opiskeluasioiden viestintäväline

Sähköposti ja Internet nousivat myös harjoitteluasioissa suosituimmiksi kanaviksi. Vastaajista 65,9 % halusi tietoa harjoitteluasioista sähköpostilla ja 52,5 % Internetistä. Vastaajista vain 5,6 % halusi tietoja Info-Tv:stä. Tämä voisi johtua siitä, että Info-Tv ei sovellu harjoitteluasioiden tiedottamiseen, koska tekstit eivät viivy kovin kauan ruudussa.



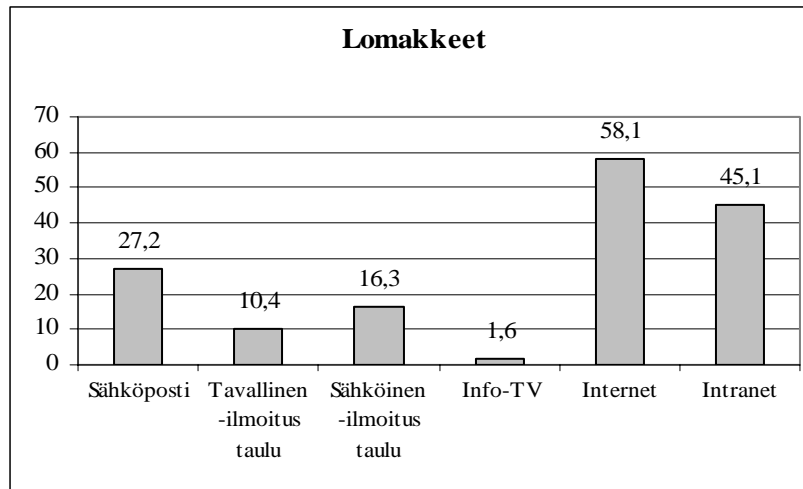
Kuvio 9. Harjoitteluasioiden viestintäväline

Internetistä opinnäytetyöohjeita halusi löytää 57,9 % vastaajista ja Intranetistä 44,5 % vastaajista. Internet ja Intranet nousivat siis tässä kohdassa suosituimmiksi välineiksi. Sähköposti oli kolmanneksi suosituin 36:lla prosentilla. Vastaajista 2,7 % halusi nähdä opinnäytetyöohjeet Info-Tv:stä. Voi olla, että tätä kysymystä opinnäytetyöohjeiden näkymisestä Info-Tv:ssä ei ole ajateltu loppuun asti tai ei tiedetä minkä tyyppisiä ohjeita vastaajat ovat sieltä halunneet nähdä. Käytännössä voisi olla vaikeaa poimia ohjeita Info-Tv:stä, koska siellä tekstit vaihtuvat aika nopeasti.



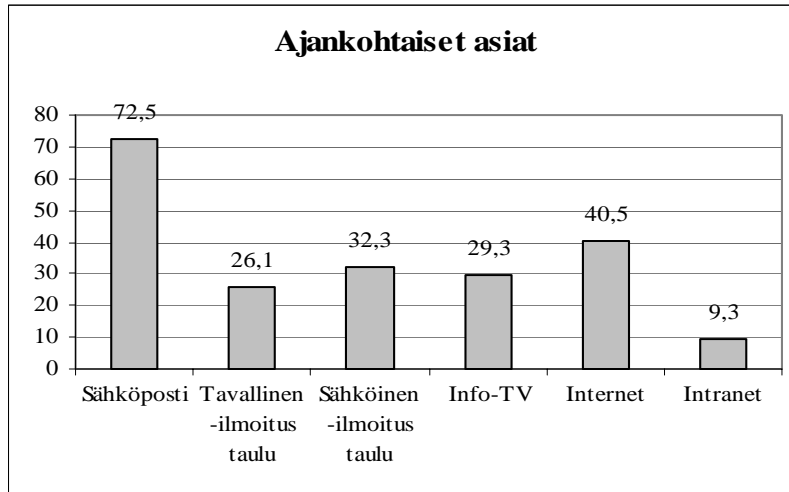
Kuvio 10. Opinnäytetyöohjeiden viestintäväline

Internet ja Intranet nousivat myös lomakkeiden viestintävälineinä suosituimmiksi. Vastaajista suurin osa eli 58,1 % halusi lomakkeiden löytyvän Internetistä ja 45,1 % Intranetistä. Vastaajista 27,2 % halusi saada lomakkeet sähköpostissa. Voi olla, että sähköposti täyttyisi lii-  
kaa jos lomakkeet lähetettäisiin sähköpostissa.



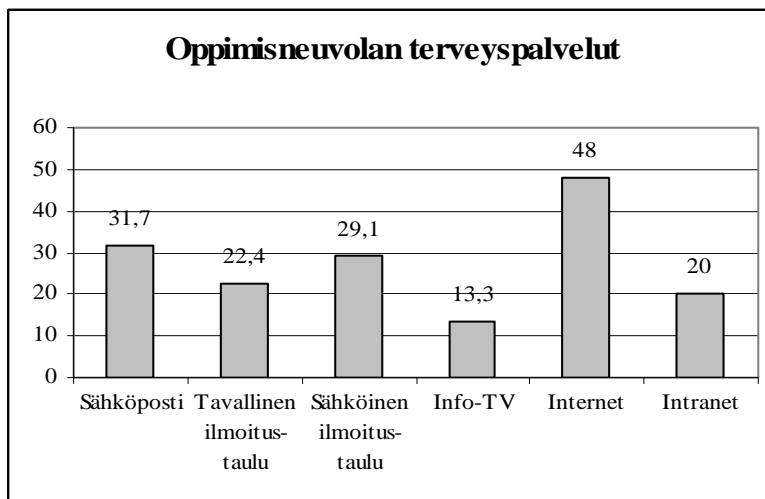
Kuvio 11. Lomakkeiden viestintäväline

Sähköposti ja Internet olivat taas ajankohtaisten asioiden suosituimmat kanavat. Vastaajista 72,5 % halusi saada tietoa ajankohtaisista asioista sähköpostissa ja 40,5 % Internetistä. Sähköposti on nopein kanava ajankohtaisille asioille. Vastaajista 26,1 % halusi nähdä ajankoh-  
taiset asiat tavallisella ilmoitustaululla. Saattaa olla, että tavallinen ilmoitustaulu toimii yhä ajankohtaisten asioiden tiedottamisessa, koska sitä voi lukea ohi mennessään.



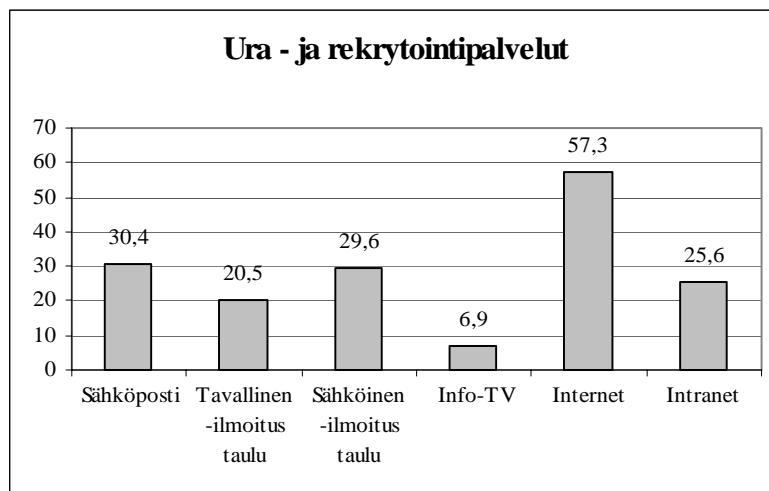
Kuvio 12. Ajankohtaisten asioiden viestintäväline

Internetin kautta oppimisneuvolan terveystietopalveluista tietoa halusi saada 48 % vastaajista. Sähköposti (31,7 %) ja sähköinen ilmoitustaulu (29,1 %) olivat seuraaviksi suosituimmat.



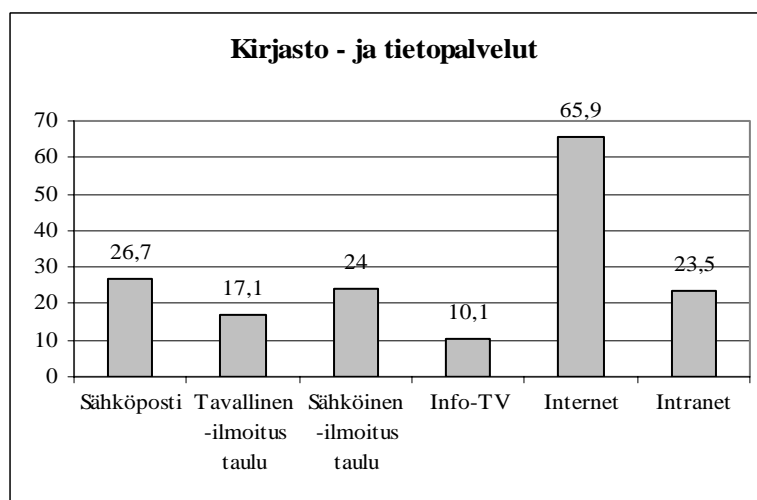
Kuvio 13. Oppimisneuvolan terveystietopalvelujen viestintäväline

Ura - ja rekrytointipalvelujen suosituin kanava oli Internet. Vastaajista 57,3 % halusi löytää tietoja sieltä. Sähköinen ilmoitustaulu 29,6 %:lla ja sähköposti 30,4 %:lla olivat tässäkin seuraaviksi suosituimmat kanavat.



Kuvio 14. Ura – ja rekrytointipalvelujen viestintäväline

Vastaajista 65,9 % halusi kirjasto – ja tietopalvelujen olevan Internetissä. Tämä saattaa johtua siitä, että aika monella on internet-yhteys myös kotona, joten kotoakin pääsee kirjaston palveluihin. Noin neljäsosa tutkituista halusi tietoa kirjasto- ja tietopalveluista sähköpostin, sähköisen ilmoitustaulun ja Intranetin välityksellä.

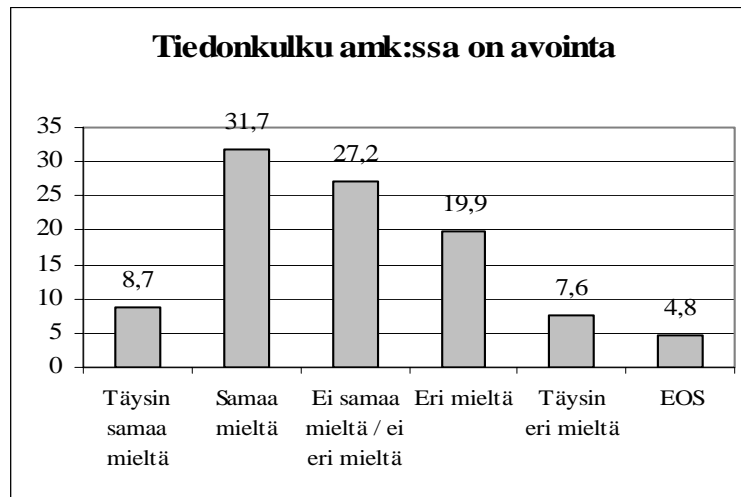


Kuvio 15. Kirjasto – ja tietopalvelujen viestintäväline

**Väittämiä eri viestintäkanavien tietojen ominaisuuksista**

Tutkittuja pyydettiin vastaamaan eri viestintäkanaviin liittyviin väittämiin asteikolla 1-5, jossa 1= Täysin samaa mieltä, 2= samaa mieltä, 3= ei samaa mieltä / ei eri mieltä, 4= eri mieltä, 5= täysin eri mieltä ja EOS= en osaa sanoa

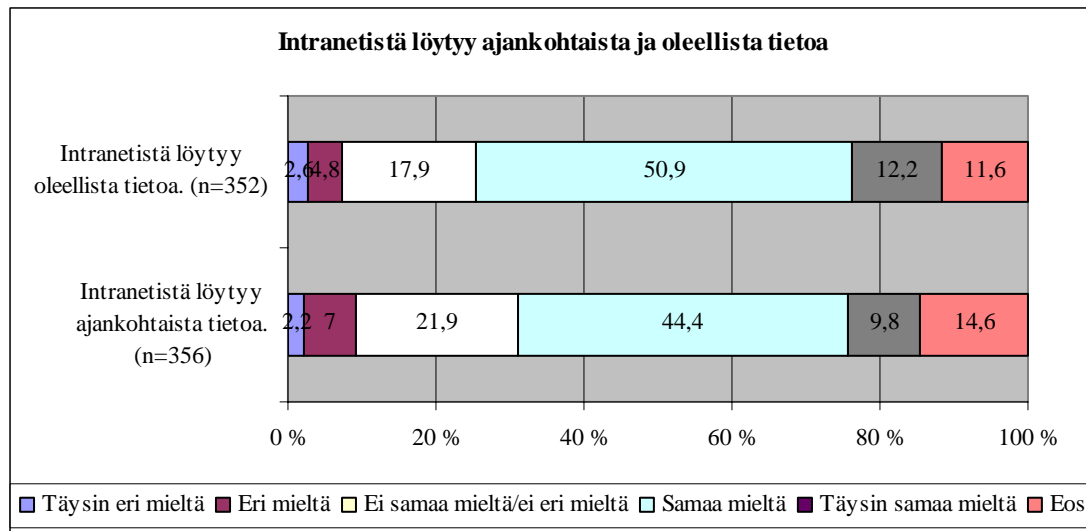
Vastaajista (n=356) 40,4 % oli sitä mieltä, että tiedonkulku amk:ssa on avointa. Eri mieltä tästä asiasta oli 27,5 %. Vastausten keskiarvo oli 3,1 eli vastaajilla on aika neutraali mielipide avoimuudesta.



Kuvio 16. Amk:n tiedonkulku on avointa

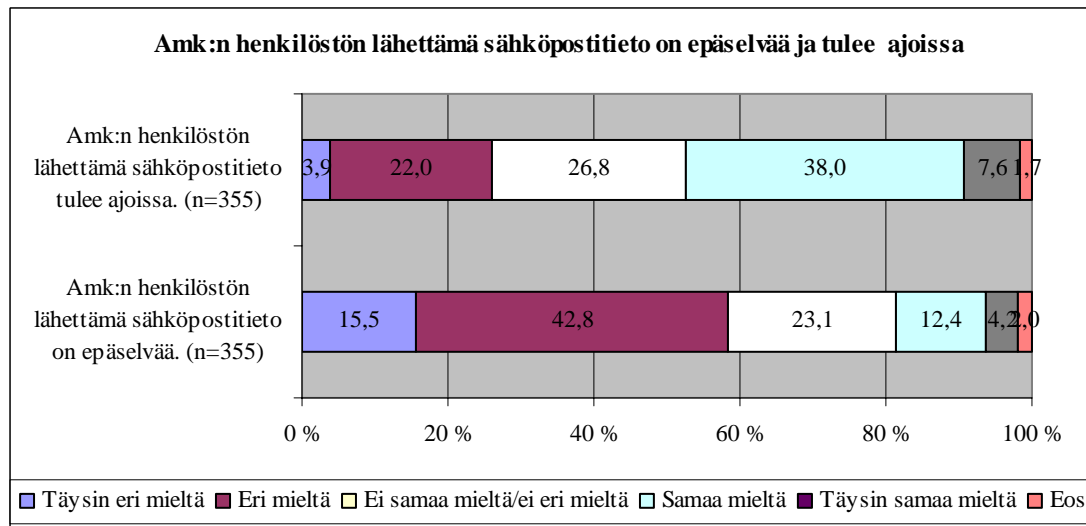
Yli puolet vastaajista eli 54,2 % olivat tyytyväisiä ajankohtaisen tiedon löytymiseen Intranetistä. Vastaajista 14,6 % ei osannut sanoa mielipidettään. Vastausten keskiarvo oli 3,6 eli keskimäärin oltiin aika tyytyväisiä. Vastaajista yli 60 % oli tyytyväisiä oleellisen tiedon löytymiseen Intranetistä. Vastaajista 11,6 % ei osannut sanoa mielipidettään. Vastausten keskiarvo oli 3,7 eli tähänkin asiaan oltiin keskimäärin tyytyväisiä.





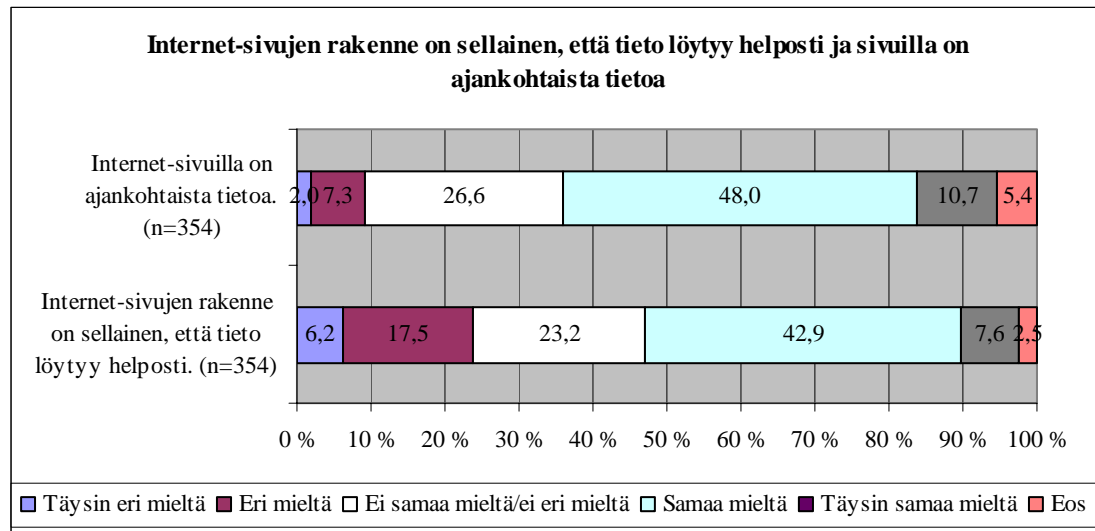
Kuvio 17. Mielenpitemet ajankohtaisen ja oleellisen tiedon löytymisestä Intranetistä

Vastaajista 58,3 % oli eri mieltä siitä, että amk:n henkilöstön lähettämä sähköpostitieto on epäselvää. Väittämä sai keskiarvoksi 2,5 joten vastaajien mielestä se ei ole epäselvää. Vastaajista 45,6 % oli sitä mieltä, että amk:n henkilöstön lähettämä sähköpostitieto tulee ajoissa. Vastaajista 25,9 % oli eri mieltä. Väittämän keskiarvoksi tuli 3,2, joten vastaajilla oli keskimäärin neutraali mielipide asiasta.



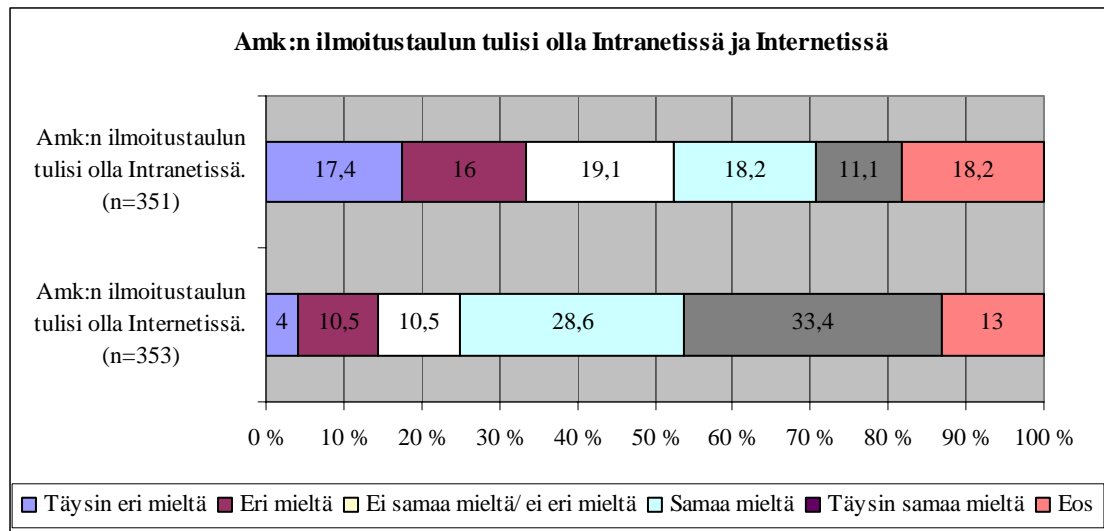
Kuvio 18. Mielenpitemet amk:n henkilöstön lähettämän sähköpostitiedon epäselvyydestä ja ajoissa tulemisesta

Vähän yli puolet eli 50,5 % vastaajista oli samaa mieltä siitä, että Internet sivujen rakenne on sellainen, että tieto löytyy helposti. Eri mieltä asiasta oli 23,7 %. Väittämän keskiarvoksi tuli 3,3 eli vastaajilla ei ole asiasta voimakasta mielipidettä suuntaan eikä toiseen. Vastaajista 58,7 % oli samaa mieltä siitä, että Internet-sivuilla on ajankohtaista tietoa. Eri mieltä asiasta oli 9,3 %. Väittämän keskiarvo oli 3,6, joten Internet-sivujen ajankohtaisuuteen oltiin keskimäärin aika tyytyväisiä.



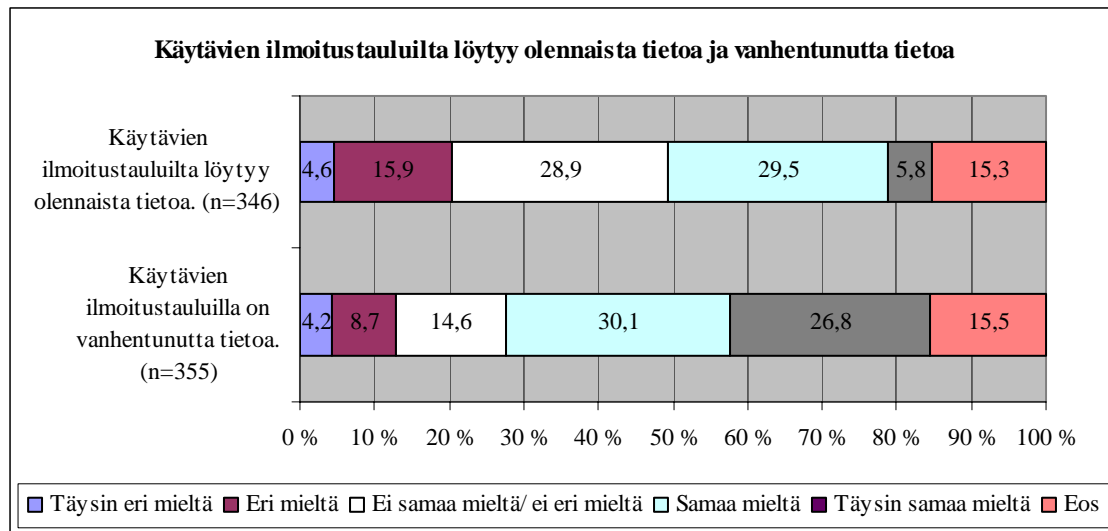
Kuvio 19. Mielenpitoet Internet-sivujen rakenteesta ja ajankohtaisen tiedon löytymisestä

Vastaajista 62 % oli samaa mieltä siitä, että amk:n ilmoitustaulun tulisi olla Internetissä. Mielipidettään ei osannut sanoa 13 % vastaajista. Väittämän keskiarvo oli 3,9, joten keskimäärin vastaajat olivat sitä mieltä, että amk:n ilmoitustaulu voisi olla Internetissä. Vastaajista 29,3 % oli samaa mieltä siitä, että amk:n ilmoitustaulun tulisi olla Intranetissä. Eri mieltä asiasta oli 33,4 %. Vastaajista 18,2 % ei osannut sanoa mielipidettään. Väittämän keskiarvoksi tuli 2,9, joten keskimäärin vastaajat olivat enemmän eri mieltä asiasta kuin samaa mieltä.



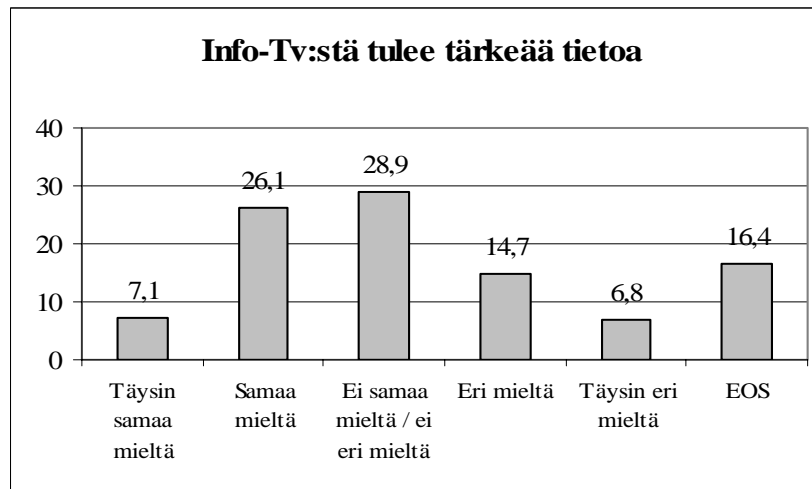
Kuvio 20. Mielenpiteet siitä, tulisiko amk:n ilmoitustaulun olla Intranetissä ja Internetissä

Yli puolet eli 56,9 % vastaajista oli sitä mieltä, että käytävien ilmoitustauluilla on vanhentunutta tietoa. Oma havaintonikin vahvistaa tätä käsitystä. Vastaajista 15,5 % ei osannut sanoa mielipidettään. Opiskelijat eivät ehkä osanneet vastata kysymykseen, koska he eivät olleet lukeneet ilmoitustauluja. Vastausten keskiarvo oli 3,8 joten vastaajat olivat sitä mieltä, että tieto on vanhentunutta. Vastaajista 35,3 % oli sitä mieltä, että käytävien ilmoitustauluilta löytyy olennaista tietoa. Vastaajista 28,9 % oli neutraali asian suhteen. Mielipidettään ei osannut sanoa 15,3 %. Vastausten keskiarvo oli 3,2, joten vastaajilla oli aika neutraali mielipide asiasta.



Kuvio 21. Mielenpitoet siitä, löytyykö käytävien ilmoitustauluilta olennaista ja vanhentunutta tietoa

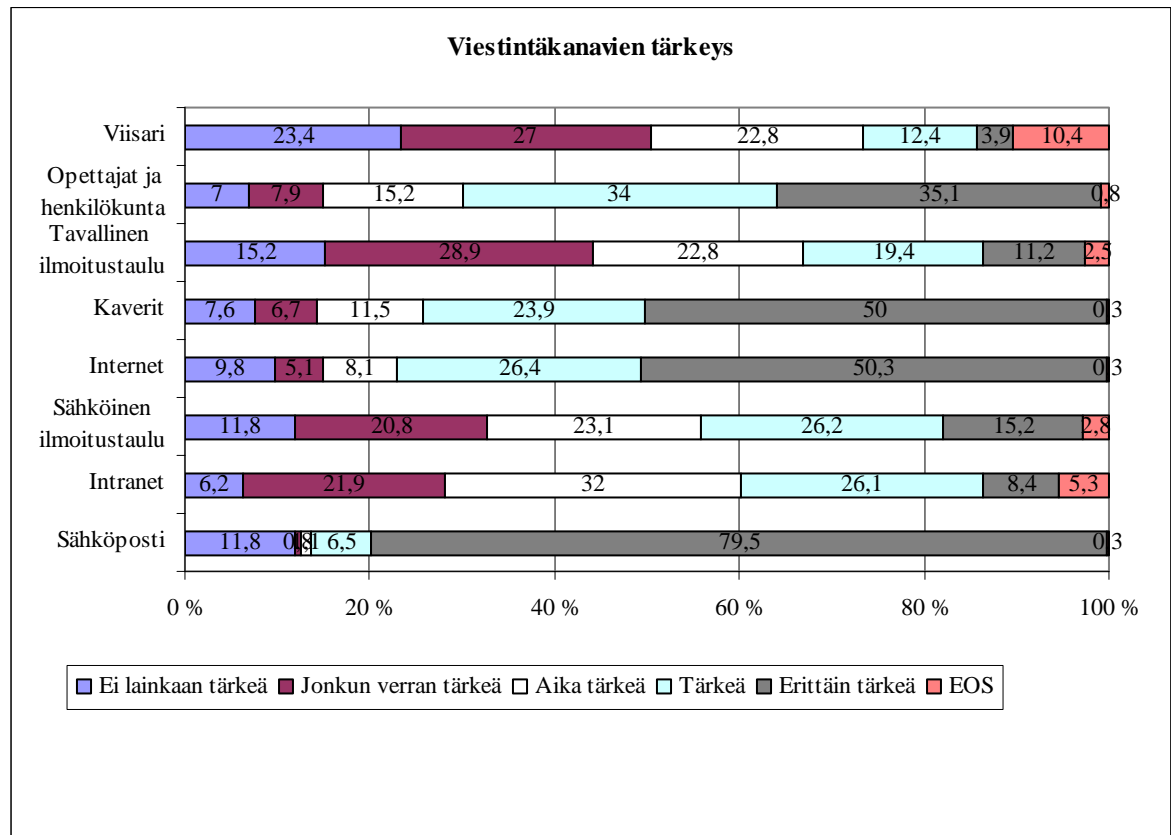
Vastaajista (n=353) 33,2 % oli sitä mieltä, että Info-Tv:stä tulee tärkeää tietoa. Neutraali asian suhteen oli 28,9 % vastaajista. Mielenpidettään ei osannut sanoa 16,4 %. Vastauksiin saattoi vaikuttaa se, että opiskelijat eivät seuraa Info-Tv:tä. Vastausten keskiarvo oli 3,1, joten tutkituilla oli keskimäärin neutraali mielenpito asiasta.



Kuvio 22. Mielenpitoet siitä, tulee ko Info-Tv:stä tärkeää tietoa

## Viestintäkanavien tärkeyden arviointi

Vastaajia pyydettiin arvioimaan viestintäkanavien tärkeyttä asteikolla 1-5, jossa 1= ei lainkaan tärkeä, 2= jonkun verran tärkeä, 3= aika tärkeä, 4= tärkeä, 5= erittäin tärkeä ja EOS= en osaa sanoa. Jokaisen kanavan kohdalla oli vastaamattomia 19-20.

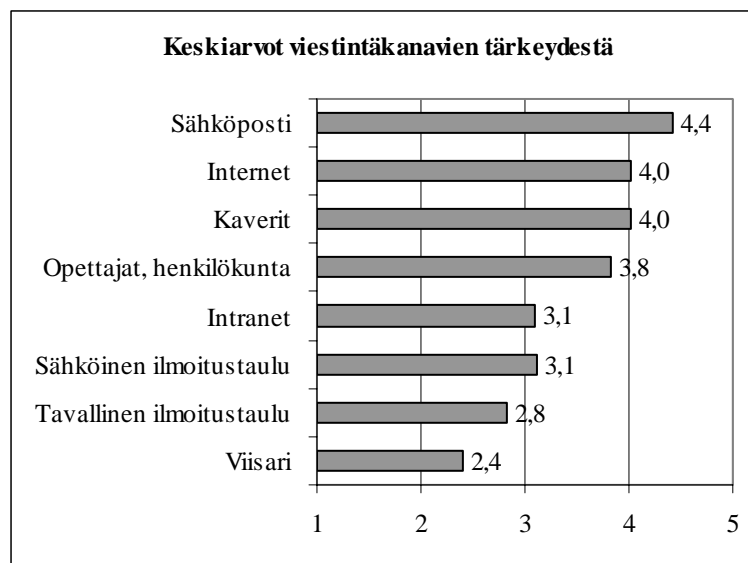


Kuvio 23. Mielenpiteet eri viestintäkanavien tärkeydestä

Sähköposti oli vastaajien mielestä tärkein viestintäkanava. Suurin osa eli 79,5 % vastaajista piti sitä erittäin tärkeänä. Vastaajista 11,8 % oli sitä mieltä, että se ei ole lainkaan tärkeä. Seuraaviksi tärkeimmiksi nousivat sekä Internet että kaverit. Internetiä 50,3 % vastaajista piti erittäin tärkeänä viestintäkanavana. Tärkeänä Internetiä piti 26,4 % vastaajista. Vastaajista puolet eli 50 % piti kavereita erittäin tärkeänä viestintäkanavana ja 23,9 % piti kavereita

tärkeänä. Neljänneksi tärkein oli vastaajien mielestä opettajat ja henkilökunta. Se oli erittäin tärkeä viestintäkanava vastaajista 35,1 %:n mielestä. Vastaajista 34 % oli sitä mieltä että he ovat tärkeitä. Tiedotuslehti Viisaria piti erittäin tärkeänä viestintäkanavana vain 3,9 % vastaajista. Vastaajista 23,4 % oli sitä mieltä, että se ei ole lainkaan tärkeä. Tämä voisi johtua siitä, että opiskelijat eivät tiedä milloin Viisari ilmestyy ja että se ei ilmesty tarpeeksi usein.

Viestintäkanavien keskiarvot vaihtelivat välillä 2,4 - 4,4. Sähköposti sai keskiarvoksi 4,4 joten se on tärkeä viestintäkanava. Internet ja kaverit saivat keskiarvoikseen 4, joten nekin ovat tärkeitä viestintäkanavia. Viisari sai keskiarvoksi 2,4 joten se on jonkun verran tärkeä.

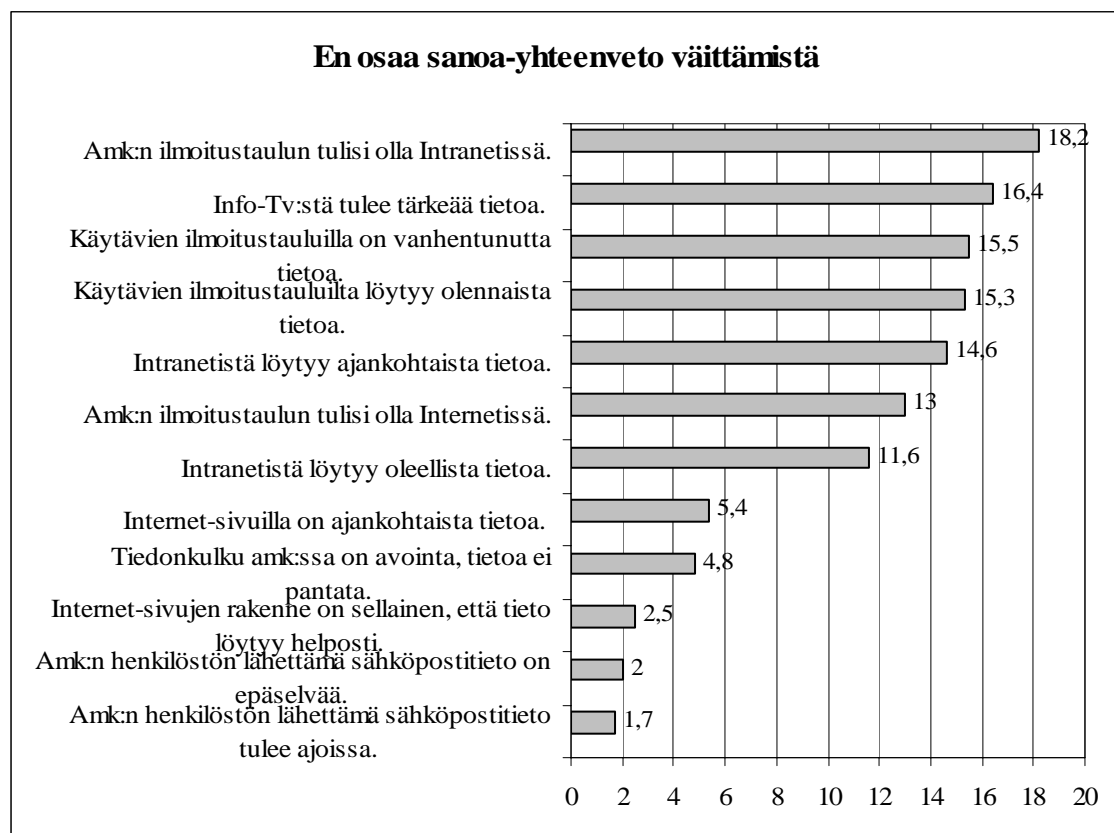


Kuvio 24. Keskiarvot viestintäkanavien tärkeydestä

## En osaa sanoa-vastausten yhteenveto väittämistä ja viestintäkanavista

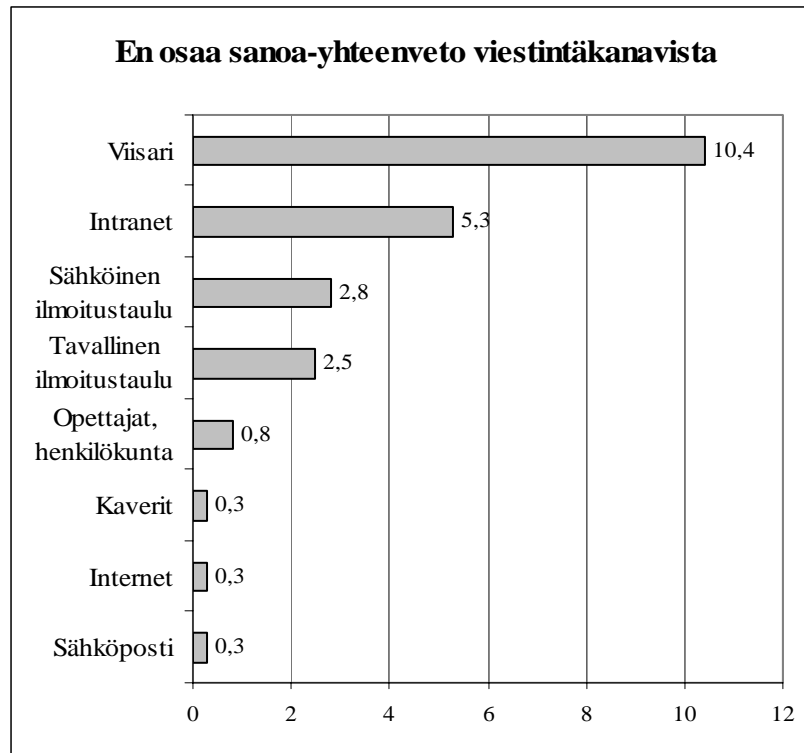
En osaa sanoa-vastausten yhteenvedot esitetään tässä, koska halutaan näyttää miten paljon mihinkin kysymykseen ihmiset eivät osanneet vastata.

Eniten en osaa sanoa-vastauksia oli kerännyt amk:n ilmoitustaulun Intranetissä olo. Kysymystä saattoi olla vaikea ajatella käytännössä. Vastaajista 16,4 % ei ollut osannut sanoa mielipidettään siitä, tuleeko Info-Tv:stä tärkeää tietoa. Tämä voisi johtua siitä, että opiskelijat eivät huomaa Info-Tv:n tietoja, koska ne vaihtuvat nopeasti. Seuraaviksi eniten en osaa sanoa-vastauksia oli kerännyt käytävien ilmoitustaulujen vanhentunut tieto (15,5 %) ja käytävien ilmoitustaulujen olennainen tieto (15,3 %).



Kuvio 25. Yhteenveto väittämien en osaa sanoa-vastauksista

Vastaajista 10,4 % ei osannut sanoa onko Viisari tärkeä viestintäkanava. Edellinen Viisari on ilmestynyt lokakuussa 2004, joten ehkä he eivät muista sen sisältöä. Intranetin tärkeydestä ei osannut sanoa 5,3 % vastaajista.



Kuvio 26. Yhteenveto viestintäkanavien tärkeyden en osaa sanoa-vastauksista

### Avoimet kysymykset

Viimeisinä kysymyksinä oli kaksi avointa kysymystä, joihin vastasi 200 vastaajaa. Ensimmäisessä kysyttiin mistä asioista opiskelijat tarvitsisivat enemmän tietoa sähköisten viestintäkanavien kautta. Liitteessä 3 ovat avoimien kysymysten tarkat vastaukset.

Vastaajat kaipasivat tietoa tenttipäivistä, tenttien uusintapäivistä, harjoittelusta, opinnäytetyöstä, valinnaisista opinnoista, peruuntuneista tunneista, työpaikoista ja tapahtumista. Tietoa kaivattiin myös uusien lukujärjestysten ilmestymisestä, kurssien sisällöistä, liikuntamah-



dollisuuksista, aikataulu- ja tilamuutoksista, asiantuntijaluennoista ja jatkokoulutusmahdollisuuksista.

Toinen avoin kysymys lainattiin tutkimuksen ensimmäisestä osiosta, koska osa sen vastauksista liittyi tämän työn aihealueeseen. Toisessa kysymyksessä kysyttiin mitä asioita Kajaanin ammattikorkeakoulussa pitäisi kehittää.

Vastaajat kaipasivat parempaa tiedonkulkua sekä opettajien ja opiskelijoiden välillä, että eri alojen ja osastojen välillä. Vastaajat toivoivat myös, että Intranetiä voisi käyttää muualtakin kuin koulun verkosta.

#### Havainnot

Sähköisen ilmoitustaulun havainnointi tapahtui 31.1 – 11.2.2005 välisenä aikana. Tavallisen ilmoitustaulun havainnointi tapahtui 7. – 11.2.2005 välisenä aikana. Sähköiseltä ilmoitustaululta löytyi vanhentuneita viestejä ja joitakin viestejä joiden otsikko ei kertonut mitä viesti sisälsi. Intranetistä löytyi myös vanhoja kursseja ja liikuntavuoroja. Taito 1:n tavalliselta ilmoitustaululta löytyi tyhjä purukumipussi ja lapanen. Taito 2:n tavalliselta ilmoitustauluilta löytyi vanhentuneita tiedotteita.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Internet oli opiskelijoiden mielestä suosittu viestintäkanava. Internet-sivujen rakenteeseen ja ajankohtaisuuteen keskimäärin oltiin tyytyväisiä. Hyvän www-sivuston tunnusmerkki on rakenteen loogisuus. Internet on organisaatioissa tärkeä tiedottamisen väline. Internet on hyvä kanava uutisten ja tiedotteiden julkaisuun ja sanoma voidaan lähettää sellaisena kuin se on ilman välikäsiä, kuten toimittajia. Internetin hyvä puoli on myös se, että se tavoittaa laajan yleisön kerralla, kuten Kajaanin ammattikorkeakoulun opiskelijat. Internet-sivuja pitää päivittää säännöllisesti.

Keskimäärin opiskelijat olivat tyytyväisiä ajankohtaisen ja oleellisen tiedon löytymiseen Intranetistä. Intranetin sisällön tulisi olla ajantasaista. Intranetin sisällön pitäisi olla avoimesti kaikkien koulussa opiskelevien saatavilla, mutta opiskelijat eivät pääse koulun ulkopuolelta Intranetiin. Vain joka kymmenes opiskelija halusi Intranetin olevan ajankohtaisten asioiden viestintäväline. Tämä voisi johtua siitä, että opiskelijat eivät pääse Intranetiin muualta kuin koulun verkosta. Intranetin tyypillistä sisältöä ovat erilaiset sisäiset ohjeet, osastojen esittelyt, ruokalistat, puhelinluettelot, lehdistötiedotteet ja keskustelupalstat.

Intranetin ja Internetin välillä on rajanveto-ongelma siinä, että mitä asioita laitetaan Internetiin ja mitä Intranetiin. Ensimmäisessä teorian kuviossa jossa on Leif Åbergin viestintäpizza, viestintä on jaettu ulkoiseen ja sisäiseen viestintään. Intranet on sisäistä viestintää ja Internet on ulkoista viestintää.

Sähköposti oli myös suosittu opiskelijoiden mielestä. Sähköposti on tehokas kanava kun se on kaikkien ulottuvilla. Kajaanin ammattikorkeakoulussa jokaisella opiskelijalla on oma

sähköposti. Sähköpostia ei kuitenkaan kannata lähettää liikaa, koska silloin aikaa kuluu liikaa viestien lukemiseen ja tärkeät viestit saatetaan jättää lukematta. Sähköpostiviestien tulisi olla lyhyitä ja konkreettisia.

Tavallinen ilmoitustaulu ei ole vuosia vanhojen papereiden paikka. Tulosten perusteella siellä on vanhentuneita tietoja ja asiaan kuulumatonta tavaraa. Ilmoitustaululla pitäisi olla hoitaja, joka poistaa vanhentuneet tiedotteet.

Tiedotuslehti Viisari ei ollut opiskelijoiden mielestä kovin tärkeä viestintäväline. Tiedotuslehdelle on tärkeää, että se ilmestyy säännöllisesti ja jokainen tietää, milloin se tulee. On mahdollista, että opiskelijat eivät tiedä milloin Viisari ilmestyy tai eivät muista sitä. Kajaanin ammattikorkeakoulussa opiskelijaviisari on viimeksi ilmestynyt lokakuun 2004 alussa. Voi olla, että se ilmestyy liian harvoin. Kajaanin ammattikorkeakoulussa voisi ajatella kevyempiä tiedotuslehtisiä, joiden tekoon ei menisi kovin paljon aikaa. Kuitenkin pitäisi olla joku henkilö niitä tekemässä. Tiedotuslehdissä voisi olla tietoa viikon tapahtumista ja ajankohtaisista asioista.

Info-Tv ei noussut missään kysymyksessä esille oikein tärkeänä viestintävälineenä. Opiskelijat eivät ehkä seuraa sitä tai sen sisältö ei kiinnosta. Info-Tv vaatii myös paljon vastaanottajaltaan. Sieltä tulevaan viestiin pitää keskittyä täysin, eikä voi tehdä muuta samaan aikaan.

Avoimissa kysymyksissä esille tuli paljon se, että opiskelijat saavat liian myöhään tiedon opettajien sairastumisista ja aikataulu- sekä tilamuutoksista. Kajaanin ammattikorkeakoulussa voisi kehittää sellaisen järjestelmän, että opiskelijoille lähetettäisiin tekstiviesti opettajien sairastumisista ja aikataulu- sekä tilamuutoksista. Tämä edellyttäisi sitä, että opettajilla olisi olemassa jakelulistat, joista löytyisi oppilaiden kännykkänumerot. Melkein kaikilla ihmisillä on nykyään kännykkä, joten se voisi toimia.

Teoriassa oli Anssi Siukosaaren kuvio, jossa sisäisen viestinnän osa-alueet vaikuttivat joko kielteisesti tai myönteisesti yhteisön ilmapiiriin ja sitä kautta hinkuun tehdä töitä. Kajaanin ammattikorkeakoulussa hinkua aiheutti tiedon ajankohtaisuus sekä Internet ja sähköposti viestintäkanavina. Hinkua ei aiheuttanut vanhentunut tieto eikä myöhässä oleva tieto.

Tutkimus onnistui pääosin ihan hyvin, mutta ainahan jälkeenpäin huomaa asioita, joita olisi voinut tehdä toisin. Kysymyslomake saattoi olla liian pitkä. Vastausvaihtoehtoja olisi voinut olla vähemmän. Olisi voinut olla hyvä saada opiskelijat vastaamaan jättämällä vastausvaihtoehto ei samaa mieltä/ ei eri mieltä tai EOS pois. Nuo vaihtoehdot on aika helppo valita, jos ei jaksa miettiä kysymystä. Toisaalta, jos opiskelija ei tunne asiaa niin hyvin, että voisi olla jotakin mieltä niin silloin nuo vaihtoehdot olivat tarpeellisia. Tulosten analysointia vaikeutti se, että en tiedä kaikkia ns. normaaliopiskelijoiden asioita, koska opiskelen itse työvoimapolliittisessa aikuiskoulutuksessa.

Tutkimuksen luotettavuus eli reliabiliteetti oli kunnossa. Luotettavuutta heikentävät muun muassa kysymysten epäselvä muotoilu ja väärin ajoitettu tutkimustoteutus. Tämän tutkimuksen kysymysten selvyys varmistettiin lomakkeen testauksella ennen varsinaista tutkimusta. Tutkimus oli ajoitettu sopivaan aikaan. Opiskelijat eivät olleet lomalla eikä heillä ollut koe-ruuhkaa.

Tätä opinnäytetyötä oli haastavaa ja työlästä tehdä. Työn tekemistä vaikeutti se, että aihe oli vieras ja samaan aikaan piti opiskella muitakin aineita. Tuntui että aika ei riitä kaikkeen. Välillä oli myös hetkiä, jolloin teki mieli luovuttaa tai halusi laiskotella. Aina jostain kuitenkin löytyi voimia ja sisua tehdä tätä työtä. Eteenpäin kannusti myös se, että tiesi miten mukavalta tämä työ tuntuu saada valmiiksi. Kaikista vaikeinta oli kuitenkin keskittyä tekemään vain tätä työtä, kun samaan aikaan oli monta muuta kouluasiaa odottamassa.

## LÄHTEET

- Alasalmi A. 2000. Verkkoajan viestintä. Pieksämäki: Kauppakaari Oyj.
- Alkula T., Pöntinen S. & Ylöstalo P. 1994. Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. Juva: WSOY:n graafiset laitokset.
- Hatva A. 2002. Verkkografiikka. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hirsjärvi S., Remes P. & Sajavaara P. 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Juholin E. 1999. Sisäinen viestintä. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Juholin E. 1.7.2003. Viestintä työyhteisössä.  
[http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/viestinta\\_tyoyhteisos-sa.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/viestinta_tyoyhteisos-sa.html) Luettu 21.1.2005.
- Korhonen H. 21.1.2005. Verkkoviestintää käytännössä – organisaation WWW-sivuston rakentaminen.  
[http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/verkkoviestintaa\\_kaytannossa.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/verkkoviestintaa_kaytannossa.html) Luettu 21.1.2005.
- Kortetjärvi-Nurmi S., Kuronen M-L., & Ollikainen M. 1997. Yrityksen viestintä. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Mäkinen T. 2003. Sano se suomeksi. 2.
- Ollitervo A-L. 6.10.2004. Mitä yhteisöviestintä on?  
<http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/index.html> Luettu 6.10.2004.
- Rope T. 1992. Markkinointitutkimuksen opas. Helsinki: Painotalo Miktor.

- Siukosaari A. 1999. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Työ, terveys ja turvallisuus. 2003. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Veijalainen M. 2003. Hyvät sanomat sähköpostilla. 2.
- Åberg L. 1989/1996. Viestintä – tuloksen tekijä. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Åberg L. 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Åberg L. 1997. Viestinnän strategiat. Juva: Inforviestintä Oy.



Arvoisa Kajaanin ammattikorkeakoulun opiskelija!

Teemme opintoihimme kuuluvaa opinnäytetyötä. Tutkimme millainen mielikuva opiskelijoilla on Kajaanin ammattikorkeakoulusta ja sen sisäisen viestinnän toimivuudesta.

Vastaamalla oheiseen kyselyyn, voitte vaikuttaa ammattikorkeakoulun kehittämiseen ja samalla annatte arvokasta apua opinnäytetyömme onnistumiseksi.

Antamanne vastaukset käsitellään ehdottoman luottamuksellisina. Tulokset julkaistaan kokonaistuloksina, joten kenenkään vastaajan tiedot eivät paljastu tuloksista.

Vastaamme mielellämme tutkimusta koskeviin kysymyksiin, joita voitte lähettää sähköpostilla alla oleviin osoitteisiimme.

Avaa kysymyslomake seuraavasta linkistä:

<http://kysely.kajak.fi:81/palaute33/webfiles/index.htm>

Täytettyäsi lomakkeen lähetät sen painamalla "Send Answer" -painiketta.

Kiitos etukäteen vastauksistanne!

Ystävällisin terveisin,

*Merja Tiensyrjä*

Merja Tiensyrjä

[Plka3smerjat@kajak.fi](mailto:Plka3smerjat@kajak.fi)

*Senja Hentilä*

Senja Hentilä

[Plka3ssenjah@kajak.fi](mailto:Plka3ssenjah@kajak.fi)



## KAJAANIN AMMATTIKORKEAKOULUN MIELIKUVATUTKIMUS

Valitse seuraavista sopivin vaihtoehto

Olen 1 nainen  
2 mies

Ikäni on \_\_\_\_ vuotta

Opiskelen insinööriksi  
restonomiksi  
sairaanhoitajaksi  
terveydenhoitajaksi  
tradenomiksi

Opiskelen \_\_\_\_ vuotta

### Osio 1

1. *Kuvaa kolmella adjektiivilla oppilaitostasi?*

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Seuraavassa on lueteltu väittämiä. Valitse jokaisesta väittämästä **mielestäsi** sopivin vastausvaihtoehto asteikolla 1 - 5 tai EOS. 1 = Täysin samaa mieltä, 2 = Samaa mieltä, 3 = Ei samaa mieltä, ei eri mieltä, 4 = Eri mieltä, 5 = Täysin eri mieltä, EOS = En osaa sanoa.

1    2    3    4    5    EOS

*Koulun arvot näkyvät jokapäiväisessä toiminnassa:*

*Ihmiset voimavarana (yksilön huomioon ottaminen)*

2. Kampusalue on toimiva
3. Opiskelumiljö on miellyttävä
4. Koneet ja laitteet ovat modernit
5. Ohjaus- ja tutorointijärjestelmä on toimiva
6. Valinnaisaineita on liian vähän
7. Koulun työilmapiiri on innostavaa
8. Hyväksytään erilaisuus

*Asiakastyytyväisyys (läpivientikyky)*

9. Opiskelijat valmistuvat täältä ajallaan
10. Opiskelijat keskeyttävät opintonsa usein
11. Amk:sta valmistuu työelämän asiantuntijoita

*Luova ilo toiminnassa (näkemysellisyys)*

12. Koulutuspaikkojen ohjaus ei vastaa elinkeinoelämän tarpeita
13. Koulutusjohtajat kehittävät koulutusta
14. Koulutusohjelmat ovat kiinnostavia

15. Opetuksen sisällöt ovat oikeat

16. Opintojaksot ovat hyvin suunniteltuja

*Kehittämiskumppanuus (uudistaja)*

17. Opetus on korkeatasoista

18. Kehitysideoihin suhtaudutaan myönteisesti

19. Amk tukee yrittäjyyttä

20. Opettajilla ei ole näkemystä työelämän tarpeista

21. Opettajat kannustavat opiskelijoiden oppimista

22. Tuetaan oppilaan ammatillista kasvua

*Kajaanin ammattikorkeakoulussa:*

23. Rehtori on lähellä opiskelijoita

24. Opettajat ovat huippuainesta

25. Henkilökunta on ystävällistä

26. "Puhalletaan yhteen hiileen"

*Ammattikorkeakoulun kirjastopalvelut:*

27. Kirjastopalvelut ovat monipuoliset

28. Kirjat saa nopeasti

29. Oman alan kirjoja ei ole riittävästi

*Kajaanin ammattikorkeakoulun ilme:*

30. Koulun nimi on vanhanaikainen

- 31. Logo on moderni
- 32. Amk antaa "Myötä tuulta elämään"
- 33. Värin valinta on onnistunut
- 34. Koulun esitteet ovat tyylikkäitä
- 35. Opasteet rakennuksien sisällä ovat selkeät

*Kajaanin ammattikorkeakoulu on:*

- 36. Kansainvälinen
- 37. Nuorekas oppilaitos
- 38. Haluttu opiskelupaikka
- 39. Arvostettu opiskelupaikka opiskelijoiden keskuudessa
- 40. Arvostettu oppilaitos työnantajapiireissä

*41. Mitkä ovat ne tekijät, jotka erottavat Kajaanin ammattikorkeakoulun muista ammattikorkeakouluista?*

---

---

---

---

*42. Mitä asioita Kajaanin ammattikorkeakoulussa pitäisi kehittää?*

---

---

---

## Osio 2: Sisäinen viestintä

1. Missä haluaisit seuraavien tietojen olevan? Voit valita yhden tai useamman vaihtoehtoon.

Sähköposti	Info-TV	Internet	Sähköinen	Intranet	Tavallinen
			Ilmoitustaulu		ilmoitustaulu

Opiskelu

Harjoittelu

Opinnäytetyöohjeet

Lomakkeet

Ajankohtaiset asiat

Oppimisneuvolan terveystalvelut

Ura – ja rekrytointipalvelut

Kirjasto – ja tietopalvelut

2. Vastaa seuraaviin väittämiin asteikolla 1-5 tai EOS, 1= Täysin samaa mieltä, 2= Samaa mieltä, 3= Ei samaa mieltä / ei eri mieltä, 4= Eri mieltä 5=Täysin eri mieltä, EOS= En osaa sanoa

1 2 3 4 5 EOS

Tiedonkulku amk:ssa on avointa, tietoa ei pantata.

Intranetistä löytyy ajankohtaista tietoa.

Intranetistä löytyy oleellista tietoa.

Amk:n henkilöstön lähettämä sähköpostitieto on epäselvää.

Amk:n henkilöstön lähettämä sähköpostitieto tulee ajoissa.

Internet-sivujen rakenne on sellainen, että tieto löytyy helposti.

Internet-sivuilla on ajankohtaista tietoa.

Amk:n ilmoitustaulun tulisi olla Internetissä.

Amk:n ilmoitustaulun tulisi olla Intranetissä.

Käytävien ilmoitustauluilla on vanhentunutta tietoa.

Käytävien ilmoitustauluilta löytyy olennaista tietoa.

Info-Tv:stä tulee tärkeää tietoa.

3. Arvioi seuraavia viestintäkanavia tärkeyden mukaan asteikolla 1-5,

*1= ei lainkaan tärkeä, 2= jonkun verran tärkeä, 3= aika tärkeä, 4= tärkeä, 5= erittäin tärkeä ja EOS=en osaa sanoa*

1 2 3 4 5

Sähköposti

Intranet

Sähköinen ilmoitustaulu

Internet

Kaverit

Tavallinen ilmoitustaulu

Opettajat, henkilökunta

Viisari

4. Mistä asioista tarvitsisit enemmän tietoa sähköisten viestintäkanavien kautta?

*(mainitse kolme asiaa)*

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

*Kiitos vastauksistasi!*

## Avoimen kysymyksen vastaukset

## Tenttipäivät

Tenttien uusintapäivistä, harjoittelusta, opinnäytetyöstä

Tuntien peruminen, opettajien koulutuspäivät, valinnaiset kurssit

työharjoittelu ja opinnäytetyö

vapaavalintaisista opinnoista, eri aineiden uusintatenttipäivistä, koulun sekä eri tahojen järjestämisestä tapahtumista- myös lapsiperheille suunnatuista! KIITOS!

Ura- ja rekrytointiasiat, tietopalvelut, yleiset asiat (esim. tapahtumat)

Kaikista kursseista ei tule muuta arvostelua kuin tenttinumero, jos opettaja ei enää käy Kuusamossa. Voisi vähän antaa sanallista palautetta.

Muiden ammattikorkeakoulujen suuntautumisvaihtoehtoja.

Mahdollisista työpaikoista, esimerkiksi kajaablityssä.Ruokalista.

opinnäytetöiden esitysajoista internettiin ajantasalla oleva lista, ettei tarvitse koululle vartavasten tulla (olen harjoittelussa).joskus kaipasin peruutetuista tunteista sähköpostiin viestiä, tultiin tunnille turhaan.

internetiin pysyvästi johonkin kohtaan (ei intran puolelle) uusintatenttipäivistä tietoa.milloin ja mikä on ..

Eipä tule mitään mieleen

1 opintojen suunnittelu 2 työharjoittelu 3 opinnäytetyö

Kurssien sisällöistä, myös eri koulutusalojen.

EOS

Opinnäytetyö

\*vaihtoehtoiset kurssit

\*tärkeistä päivämääristä

1.Vapaastivalittavista kursseista2.Mielenterveyspalveluista3.Opettajien potkuista

LisäkurseistaOpiskelumahdollisuuksistaOpettajien menoista ja kokouksista

Tarjolla olevat harjoittelu-/työpaikat, opinnäytetyöprosessi, lukujärjestykset ajoissa nettiin!!

vapaasti valittavat opinnot, opettajien tuntien peruutukset ja työhuoneet, myös KAO:n opettajien tuntien peruutukset, kaikki mahdolliset tärkeät asiat!!!! Opinto-oppaassa virheellistä tietoa => tulee turhia kirjaostoksia!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Mahdollisista kesätyöpaikoista, jotka ovat ympäri suomea. Tiedän, että jotkin yritykset ovat olleet suoraan opettajiin yhteyksissä ja tiedustelleet, että onkohan Kajaani Amk:ssa mahdollisia kesätyöntekijöitä. Voisin myös kuvitella, että opettajilla olisi joitakin kontakteja annettavan opiskelijoille ilman, että yritys olisi ollut opettajaan yhteyksissä. Varmasti meidänkin koulussa on opettajia, joilla on vankat suhteet työelämään ja siellä oleviin yrityksiin. Helpottaisi kyllä kesätyöpaikan hakua ja työ voisi olla muutakin, kun postinjakoa tai pitzan tekoa.

opinnäytetyön ohjeet opinnäytetöiden esittämiskohdat vapaasti valittavista opinnoista

tietoa esim valinnaisista aineista ja yleensä ainevalinta menetelmästä...opiskeluun liittyvää infoa. Kaikkea ei muista, eikä tule kysyttyä opolta/opettajilta..

Olisi kätevää jos opettajat laittaisivat tuntiohjelmat ja suunnitelmat (oppikirjatiedot ja kurssinsisältö yms...) opiskelijoille myös sähköpostina...

Ja vaikka opettajilla on varmasti hirveän kiire yms, niin olisi mukava jos he voisivat lähettää kurssin edetessä jonkinlaista infoa, että mitä on vielä luvassa...koska aika moni tippuu nopeasti kärryiltä jos ei ole koulussa, eikä edes tiedä mitä tunteilla suunnilleen tapahtuu...

1.Harjoittelupaikkojen esittely2. Jatkokoulutusmahdollisuudet3. Vapaat työpaikat

Tunti aikataulujen muutokset, opetustilojen muutokset.....

vapaavalintaiset aineet, milloin, missä ja mitä sisältää

kurssien järjestämisajat, siis milloin mikäkin aine tulee opetukseen, ASIO ihan onneton!



peruuntuneet tunnit, opet ei ilmoita sähköpostilla tai edes ilmoitustaululla, jos vapaavalinnainen aine ja opiskelijoita on monelta luokalta (vars. TELI:n puolelle kaupan ja hallinnon tiedostus tökkii!)

Uusintatenttipäivistä, siitä mikä kurssi on minäkin päivänä uusittavana. Ja yksi kehittämisidea lisää, uusintatenttiluokan voisi ilmoittaa samana päivänä vaikka sähköisellä ilmoitustaululla, niin ei tarvitsisi kaikkien tungoksessa odotella YHDEN paperinpalan esiintuloa. Tai ainakin luokkatilat voisi laittaa esille jo hyvissä ajoin ja moneen eri paikkaan.

tuntien peruuntumiset, ilmoitus uusista lukujärjestyksistä ja tulevista tapahtumista, muista opintojen kannalta tärkeistä asioista (kuten työharjoittelufotot, opinnäytetyöinfot, muut esiintymiset jne)

Opetuksen etenemisestä eli ajantasaisesti opiskelusuunnitelmasta Aikataulu muutokset

opetuksen viikkosuunnitelmat koko puoleksi vuodeksi

Tuntien perumiset, luokkatilojen vaihdokset, kurssien arvioinnit ja numerot

ajankohtaista, tapahtumat, muutokset opinnoissa/opetuksissa

myytävistä, käytetyistä kirjoista.

tulevista lukujärjestyksistä tieto aikaisemmin.

En mistään, olen tyytyväinen nykyiseen tiedottamisen tasoon.

tiedot opinnäytetyöstä pitäisi olla internetissä, koska intraan ei pääse kotoa. Ja harjoittelussa ollessa, jolloin opinnäytettä aletaan miettiä, voi jo tarvita niitä eikä silloin pääsee intraan.

kursstarjonta seuraavalle jaksolle

1. opinnäytetöiden aikataulut 2. erilaiset tarvittavat lomakkeet, (intranet huono, ei toimi kuin koululla...ei todellakaan hyvä!) 3. jos opettajilla menoja, ilmoitatkoot!!ettei odota vastausta montaa viikkoa ja sano sitten ett olin muualla opettamassa....aina ei poissaoloilmoituksia tehdä...

Liikuntamahdollisuuksista.

KV-vaihtomahdollisuuksista.

Avonaisista työpaikoista Kajaanin alueella.

Olen saanut tarvittavaa tietoa kiitettävästi.

Tuntimuutokset, aikataulumuutokset yleensä, opinto- ohjauksesta

Kannataisiko hiukan panostaa näiden vastaulomakkeitten tekoon. Olisitte pyytäny sitä asiantunja apua niin tätä ei olisi niin kamala lukea 1600\*1200 näytöllä

Mielestäni AMK:n sähköinen viestintä on todella tehokasta. Akuutit asiat tulevat sähköpostiin ja muista asioista voi lukea sähköiseltä ilmoitustaululta tai internetistä ajankohtaisista asioista.

Enemmän kaipaisinkin infoa asioista oikeille ilmoitustauluille ja näkyville koulun seinille, oviin jne.. että ne varmasti huomaa, jos ei ehdi nettiin.

Opettajien mahdolliset poissaolot, koealueet ja tehtävät kurssiin liittyen(Webct jo hyva alku) ja harjoittelupaikat Lomakkeet vois laittaa internettiin vaikka salasanasuojauksen taakse.

Enemmän tietoa tapahtumista ja muista.

Muutokset lukujärjestyksissä.ops olisi hyvä olla myös sähköisessä muodossa.yleiset opiskeluun vaikuttavat asiat.

**KOEPÄIVÄT AINEITTAIN OPETTAJILLA AJANTASALLE INTERNETIIN,KENELLÄ ON RÄSTEJÄ ASIAT SELVIÄVÄT HELPOMMIN.JOTKUT OPETTAJAT EIVÄT OLE VASTANNEET SÄHKÖPOSTI-VIESTEIHIN TAI SITTEN NE EIVÄT OLE MENNEET PERILLE?**

Uusintatenteistä Opinnäytetyö Kurssien sisällöistä

Milloin eri kurssit alkavat, Mitä kursseja on tarjolla, opinnäytetyöhön liittyvä materiaali (mahdolliset opinnäytetyö aiheet ja ohjastus)

opiskeluun liittyvistä asioista ja kurssien sisällöistä

Jos tunnit on peruttu!!!!

Luokka vaihdoksista

Tapahtumista

Opinnäytetyöt, vapaasti valittavat, opiskelu yleensä

Tarvitsen vähemmän sitä saatanan spammia Roivaiselta. Ketään ei kiinnosta unkarin kulttuuriviikko tai teatteri-järjestötoiminta. Tai jos kiinnostaa niin kiinnostaa ilman Roivaisen spammejakin.

työharjoittelusta

ajankohtaisista asioista, kurssien tiedoista/sisällöistä, käytönnön asioista

Harjoittelu, opinnäytetyö

Ajankohtaisista tapahtumista, oppituntien muutoksista (ajoissa!!!), kokeiden aikatauluista, opintotukijärjestelmistä ja oppilaskunnan toiminnasta

ura- ja rekrytointipalveluista, opettajien vastaanottoajoista, eri projekteista

Vapaasti valittavista kursseista.

Harjoittelupaikat, ajankohtaiset asiat, opinnäytetyöohjeet

ajankohtaisista tapahtumista sähköpostin kautta ja luokkatilamuutosten ilmoittelu ajallaan.

harjoitteluun liittyvät asiat

työmahdollisuudet valmistumisen jälkeen opinnäytetyö

Lukujärjestyksessä tapahtuvista muutoksista

opiskelusta, asumisesta ja vapaa-ajasta

Kirjastopalvelut, oppimisneuvola, opetussuunnitelmat.

opiskelumateriaalia voisi tulla enemmänsähköisessä muodossa.

aikataulu muutokset asiantuntija luennoista opinnäytetyön ohjeistusta

Harjoittelu, asiantuntijaluennot, tentit

tenttipäivät, peruutetut luennot, muutokset aikatauluihin Opinnäytetyön pohja

Esimerkiksi tällaiseen asiaan: Jos opettajat peruvat tuntejaan, he eivät välttämättä vaivaudu ilmoittamaan asiasta muulla kuin suullisella tavalla. Jos tätä asiaa ei ole kuullut, niin tulee sitten turhaan koululle!!! Joten sähköposti toimintaan tässäkin asiassa. Jotkut (suurin osa) ilmottaa sähköpostilla ja se on hyvä tapa.

oppituntien peruuntumisista, kurssitarjonnasta, työjärjestysten muutoksista

perutut tunnit muutokset lomat

Jos luokkatila on muuttunut väkiaikaisesti, olisi mukava saada tieto siitä muutama päivä ennen ko. hetkeä, eikä 5 minuuttia ennen tunnin alkua...

miten opiskelijat sijoittuvat työelämään valmistuttuaan? tilastoja!

luokkatila muutoksista

Ei tule mitään mieleen, liiketalouden puolella viestintä toimii!

En osaa sanoa.

Opinnäytteestä, harjoittelusta, jne.

Opiskelu ja sen eteneminen, harjoitteluun kuuluvat seikat, opinnäytetyö

opinnoista ja niihin liittyvistä muutoksista

kokeiden aikataulut

alkavat kurssit esim. vapaasti valittavat, mitä vaihtoehtoja ym..

työharjoittelupaikoista... harjoittelu

1. Kaikki tunnilla määrätty kotitehtävät olisi mukava saada myös sähköpostiin, jos sattuu ettei ole paikalla tai unohtuu niin sieltä voisi käydä tarkistamassa asian. 2. Kaikki omien kurssien tenttipäivät täytyis tulla sähköpostiin.

työpaikoista (en enää nuori)

tuntien peruuntumisesta

eos

Valinnaisten kurssien mahdollisesta peruuntumisesta, koulussa tai kaupungissa tapahtuvista opintoalaani liittyvistä tapahtumista (lisäarvoa opiskelulle; luennot, seminaarit ym.), opiskelijoille tarjottavista liikunta-, kulttuuri- ym. harrastusmahdollisuuksista; erityisesti tarjouksista ja eduista

Yleiset talon toimintatavat "etäopiskelijoille"!

Vaikkapa avoin keskustelufoorumi "etäopiskelijoille".

Aikataulutus ja kurssien eteneminen.

Valinnais aineista ja muista valintoihin liittyvästä.

Tutor tunneilla tieto näistä asioista on tullut erittäin myöhään.

Eri vaihtoehtoja ei ehdi kypsyttää mielessä!

esim. kuva, tehtävät, puh, työhuone, vastaanottoajat

Asetteluohjeet eri kirjallisiin tehtäviin, valinnaiset kurssit, joilla on vielä tilaa ja ajankohtaiset tapahtumat

opettajien koulutuspäivät, opiskelijatapahtumat, kamo ry:n opiskelijaedut!!!

tapahtumat voisi olla netissä yhdellä sivulla, ei sähköpostin kautta jotka jumittuu.

Lukujärjestysmuutoksista

koulutuksen kehityssuunnitelmista

opettajien työjärjestyksistä tapaamisten varaamista varten

aikataulumuutokset, ajankohtaiset asiat, yleinen informaatio

Kurssien sisällöistä, tarkoituksesta. Opinnäytetöistä. Työllisyysmahdollisuuksista.

1. Opettajat voisivat ilmoittaa sähköpostitse kaikille meneillään olevan kurssin palautettavien tehtävien tehtävänannon, koska on todennäköistä, että kaikki eivät saa informaatiota tunnilta poissaolon vuoksi. 2. Lukuvuoden jaksojen kestot ja päivämäärät, koska niitä en ole onnistunut löytämään mistään ja opintojen tai elämän suunnittelu voi riippua jakson vaihtumisesta. 3. Ehkä opintojaksoista voisi olla pitempi kuvaus kuin opinto-oppaassa, jotta valinnat helpottuisivat.

uusintakäytännöistä, opettajien sairastumisista ajoissa, harjoittelukäytäntö, kajaanilaiset oman alan yritykset vehto-opinnot uusintatentit

koulun kartta voisi tulla esim sähköpostiin

Vapaasti valittavista kursseista, eri suuntautumisvaihtoehtojen kurssi valinnoista jo ensimmäisenä vuonna, alkavien kurssien kirjat (eli siis mitä käytetään).

uusintakokeet, peruuntuneet oppitunnit, opintotukeen liittyvistä asioista voisi olla jossain myös tietoa.

kesätyöt, muut alantyöpaikat, ruokalista

Opettajien koulutuspäivistä eli milloin ei ole lähiopetustunteja.

Ajankohtaisista asioista, kurssivalinnoista, tapahtumista.

Opettajat voisivat laittaa jokaisesta lukujärjestykseen tulleesta muutoksesta e-mailin, vaikka asiasta olisi sovittu suullisesti. Jokainen saisi alkuperäisen tiedon näin, eikä sekaannuksia tulisi. Lukujärjestysten tekijät ja lukijat eivät tahdo pysyä muutosten perässä joka päivä...

luentoaikojen muutokset, luentopaikat, luentomateriaalit sähköpostina opiskelijoille EI KAMOSTA.

insinööriä, työharjoittelu, lomaviikot

Opinnäytetyö, harjoittelu, pakettien ja valinnaisten mahdollisuus ja suorittaminen

Tuntien ajankohdista ajoissa

Muutoksista ajoissa

Kurssisisällöt

valinnaisista, hyväksiluvuista, vaihdosta, harjoittelusta

Työharjoittelusta, uusintatenteistä, lopputöistä.

Opiskelu, opinnäytetyö, opinto-ohjaus

KOkeiden arvosanoista.ruokalistoista

eipä sitten juuri muusta

opinnäytetyö, ajankohtaiset asiat

Työpaikkailmoituksia, opinnäytetyöesityksiä, infotilaisuudet.

Tuntien perumiset. Opinnäytteeseen liittyvien päivämäärien tiedottaminen (esim. kypsäri, valmistumispäivämäärä jne). Opettajien vastaanottoajat.

Opiskelu, ajankohdat, kirjastopalvelut

intranetin tiedot myös internetti!

tarvii monia kaavakkeita

opinnäytetöiden esiintymisajat

Valinnaisista! Ne on todella hämäriä. Itsellä on ainakin sellainen olo muutenkin että en oikein tiedä missä mennään opintojen edistymisen suhteen. Tämä on todellinen epäkohta.

Tenttituloksista

Opettajien lukujärjestysmuutoksista

Opettajien poissaoloista

Lisämateriaaleista ja -linkeistä liittyen opiskeluun: siis toivon, että pääsemme sekalaisista kopion kopioista (tiettyjen kurssien yhteydessä on jaettu oppimateriaali kopioina, joissa ei juuri ole 'punaista lankaa' löydettävissä).

Lisä- ja oheismateriaalin jakelun voi siirtää verkkoon, jolloin opiskelija voi sieltä joko lukea asian tai sitten tulostaa tililtään itselleen tarvittavat sivut.

en osaa sanoa

tentit, harjoittelut ja laboroinnit

Kurssitarjonnasta, muuttuvista opiskelujutuista,

1. Vaihtomahdollisuuksista ja käytännön hommista tähän liittyen

2. Harjoittelupaikoista

3. Vaikutusmahdollisuuksista esim. opiskelussa, tiloissa, yhteyksien luomisessa ja muutenkin arkipäivän opiskeluun liittyvissä asioista

en mistään

en mistään

en mistään

eos

Erilaisista liikuntamahdollisuuksista

Ruokalistat pitäisi olla tavallisella ilmoitustaululla

Vapaista työpaikoista opiskelualoittain, Kajaanissa järjestettävistä menoista ja tapahtumista sekä kursseista.

Kirjastopalvelujen lehtijuttutiedostoihin ja e-kirjoihin pääsy myös kotoa internetin kautta.

valinnaiset aineet

Pääaine valinnoista ehdottomasti, ja paljon aikaisemmin kuin tänä vuonna on saatu. Syksyllä saimme tietoa että keväällä on valinnat, mutta tarvittavaa ja riittävää tietoa en ole mielestäni saanut. Nyt tuli hieman yllätyksenä että pääaine pitää päättää jo helmikuussa, kun mielestäni ei ole vielä riittävää tietoa. Opinto-opas on ollut käytössä koko ajan, mutta se on mielestäni hieman epäselvä valintojen kohdalta.

Ei kyllä oikeastaan mistään, mutta jos pakko sanoa kolme asiaa niin: 1) jotkut ovat valittaneet kun eivät tiedä milloin uusinnat eli niistä voisi ilmoittaa ajoissa 2) jos jotkut tunnit perutetaan, kiva olisi tietää niistä ajoissa 3)

mukavaa olisi jos työnantajat voisivat jotenkin tarjota avoimia ilta-kesä- tai viikonlopputöitä amk:n nettisivuilla

1. Riittää että asioista yleensä edes ilmoitettisiin sähköpostilla 2. Ruokalistat paremmin näkyville ( ja HUOM.

aivan muussa formaatissa kuin kuvana joka on liitetty wordiin tjms. ) 3. Opettajat voisivat kirjoittaa vuorotelle jonkun viikon blogin tai kolumnin nettiin. Koskee myös rehtoria...

eos

kulttuuri, opiskelu ja etuisuudet

opiskeltavien kurssien sisällöistä, ajankohdista ja toteuttamistavoista

Uusintapäivät

koulua koskevista muutoksista/asioista

harrastusmahdollisuuksista

Koulutukseen liittyvistä asioista. Sellainen asia olisi ollut aina mahtavaa jos olisi saanut nopeasti tiedon esimerkiksi peruuntuneista oppitunneista. Sairastapauksissa tai yms.

Aikataulumuutokset

kuntosalin käyttäjät

opettajien lukujärj.

opiskelijoiden vapaa-ajan menot esim. teatteri yms. vapaaliput jne.

Valinnaiset kurssit, ajankohtaiset asiat, ura- ja rekrytointipalvelut

en keksi, sori

uusintatenteistä. niiden ajankohdat tuppaa unohtumaan ja ilmoittautumista joutuu taas siirtämään.

haluaisin myös tietoa koulun ulkopuolisista harrastemahd. esim liikuntasalivuoroista ja Kamon järjestämistä tempauksista

ajankohtaiset tiedotteet Kelan-asioista ja alakohtaisista palkka-asioista jne. varmasti myös kiinnostaisivat muitakin kuin minua.

itseä koskevista ja itselle tärkeistä

Uusintapäivät voisivat olla selkeästi löydettävissä esim. internetistä.

Opinnäytetyö ohjeistus nettiin.

Ehkä avoimia työpaikkojaki voisi olla koulun tiedostoissa..

Tenttialueet, aikataulu muutokset, lukujärjestys muutokset

Opettajat voisivat ilmoittaa tuntien peruuntumisesta aikaisemmin sähköpostilla (ei viisi minuuttia ennen tunnin alkua).

Opetusmateriaali sähköisessä muodossa olisi ihan hyvä (halvempi vaihtoehto kalliille kurssikirjoille).

Arvosanat voisivat näkyä asiossa nopeemmin.... Jotkut opettajat panttaavat arvosanaa liian pitkään, koska jos ko. kurssi pitää uusia, niin uusintaan ei ehdi ilmoittautua ajoissa....Miten sitten toimitaan kun noita uusintamahdollisuuksiakaan ei ole kuin kaksi?

en osaa sanoa..

en osaa sanoa

uusinnoista, harjoittelusta ja siitä mistä löytyvät kaikki tarvittavat lomakkeet sievästi samasta paikasta.

Mistä löytyy s-postin sisällön tämän hetkinen koko?

1. Opinnäytetöiden esitykset sähköiselle ilmoitustaululle 2. Uusintatenttien pitopaikat sähköiselle ilmoitustaululle 3. ?

opiskeluun liittyvät aikataulu ym. muutokset ,harjoitteluun liittyvät asiat, kaupunkitietoa

opinnäytetyö

Uusintatentit, aukioloaikojen muutokset, luentojen peruutukset.

Opinnäytetyöstä, harjoittelusta, tuntien peruuntumisesta ja tilojen vaihtumisesta.

Opettajien materiaaleissa voisi olla harjoitustehtäviä + vastauksia (telin opettajat)

Tenttien aikataulu, paikat ja tenttien jälkeen mallivastaukset

Ajankohtaiset opintomuutokset: Tunnit, luokat ym järjestelyt, etenkin muutokset!

työpaikoista

aikataulut tiedotteet

vapaasti valittavista -kursseista aikatauluista

tuntien perumisista mahdollisista tapahtumista

kesätypaikat jatkokoulutusmahdollisuudet

Yliopiston kursseista Henkilökunnasta

Opiskelijatapahtumista. Kurssitarjonnasta (vapaavalintaiset)

**Sukupuoli**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nainen	237	63,2	68,1	68,1
	mies	111	29,6	31,9	100,0
	Total	348	92,8	100,0	
Missing	System	27	7,2		
Total		375	100,0		

**Koulutusala**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	insinööriksi	71	18,9	19,7	19,7
	restonomiksi	66	17,6	18,3	38,1
	sairaanhoitajaksi	54	14,4	15,0	53,1
	terveydenhoitajaksi	24	6,4	6,7	59,7
	tradenomiksi	145	38,7	40,3	100,0
	Total	360	96,0	100,0	
Missing	System	15	4,0		
Total		375	100,0		

**Opiskeluvuosi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ensimmäistä	109	29,1	30,3	30,3
	toista	85	22,7	23,6	53,9
	kolmatta	90	24,0	25,0	78,9
	neljättä	46	12,3	12,8	91,7
	viidettä	30	8,0	8,3	100,0
	Total	360	96,0	100,0	
Missing	System	15	4,0		
Total		375	100,0		



**Ikäluokitus**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-24	243	64,8	68,1	68,1
	25-30	53	14,1	14,8	82,9
	31-40	39	10,4	10,9	93,8
	41-51	22	5,9	6,2	100,0
	Total	357	95,2	100,0	
Missing	System	18	4,8		
Total		375	100,0		

**Opiskelu****Sähköposti, info-tv, internet, sähk.ilmtaulu, intranet ja tav. ilmtaulu****Sähköposti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	111	29,6	29,6	29,6
	1	264	70,4	70,4	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Info-TV**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	328	87,5	87,5	87,5
	1	47	12,5	12,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	183	48,8	48,8	48,8
	1	192	51,2	51,2	100,0
	Total	375	100,0	100,0	



**Sähköinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	270	72,0	72,0	72,0
	1	105	28,0	28,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Intranet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	309	82,4	82,4	82,4
	1	66	17,6	17,6	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Tavallinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	288	76,8	76,8	76,8
	1	87	23,2	23,2	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Harjoittelu****Sähköposti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	128	34,1	34,1	34,1
	1	247	65,9	65,9	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Info-TV**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	354	94,4	94,4	94,4
	1	21	5,6	5,6	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	178	47,5	47,5	47,5
	1	197	52,5	52,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Sähköinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	272	72,5	72,5	72,5
	1	103	27,5	27,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Intranet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	268	71,5	71,5	71,5
	1	107	28,5	28,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Tavallinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	292	77,9	77,9	77,9
	1	83	22,1	22,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Opinnäytetyöohjeet****Sähköposti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	240	64,0	64,0	64,0
	1	135	36,0	36,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	



**Info-TV**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	365	97,3	97,3	97,3
	1	10	2,7	2,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	158	42,1	42,1	42,1
	1	217	57,9	57,9	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Sähköinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	303	80,8	80,8	80,8
	1	72	19,2	19,2	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Intranet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	208	55,5	55,5	55,5
	1	167	44,5	44,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Tavallinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	328	87,5	87,5	87,5
	1	47	12,5	12,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Lomakkeet****Sähköposti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	273	72,8	72,8	72,8
	1	102	27,2	27,2	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Info-TV**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	369	98,4	98,4	98,4
	1	6	1,6	1,6	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	157	41,9	41,9	41,9
	1	218	58,1	58,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Sähköinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	314	83,7	83,7	83,7
	1	61	16,3	16,3	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Intranet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	206	54,9	54,9	54,9
	1	169	45,1	45,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Tavallinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	336	89,6	89,6	89,6
	1	39	10,4	10,4	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Ajankohtaiset asiat****Sähköposti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	103	27,5	27,5	27,5
	1	272	72,5	72,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Info-TV**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	265	70,7	70,7	70,7
	1	110	29,3	29,3	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	223	59,5	59,5	59,5
	1	152	40,5	40,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Sähköinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	254	67,7	67,7	67,7
	1	121	32,3	32,3	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Intranet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	340	90,7	90,7	90,7
	1	35	9,3	9,3	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Tavallinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	277	73,9	73,9	73,9
	1	98	26,1	26,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Oppimisneuvolan terveyspalvelut****Sähköposti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	256	68,3	68,3	68,3
	1	119	31,7	31,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Info-TV**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	325	86,7	86,7	86,7
	1	50	13,3	13,3	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	195	52,0	52,0	52,0
	1	180	48,0	48,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Sähköinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	266	70,9	70,9	70,9
	1	109	29,1	29,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Intranet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	300	80,0	80,0	80,0
	1	75	20,0	20,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Tavallinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	291	77,6	77,6	77,6
	1	84	22,4	22,4	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Ura - ja rekrytointipalvelut****Sähköposti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	261	69,6	69,6	69,6
	1	114	30,4	30,4	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Info-TV**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	349	93,1	93,1	93,1
	1	26	6,9	6,9	100,0
	Total	375	100,0	100,0	



**Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	160	42,7	42,7	42,7
	1	215	57,3	57,3	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Sähköinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	264	70,4	70,4	70,4
	1	111	29,6	29,6	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Intranet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	279	74,4	74,4	74,4
	1	96	25,6	25,6	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Tavallinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	298	79,5	79,5	79,5
	1	77	20,5	20,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Kirjasto - ja tietopalvelut****Sähköposti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	275	73,3	73,3	73,3
	1	100	26,7	26,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Info-TV**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	337	89,9	89,9	89,9
	1	38	10,1	10,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	128	34,1	34,1	34,1
	1	247	65,9	65,9	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Sähköinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	285	76,0	76,0	76,0
	1	90	24,0	24,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Intranet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	287	76,5	76,5	76,5
	1	88	23,5	23,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Tavallinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	311	82,9	82,9	82,9
	1	64	17,1	17,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

## Tiedonkulku

Tiedonkulku amk:ssa on avointa, tietoa ei pantata.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	31	8,3	8,7	8,7
	Samaa mieltä	113	30,1	31,7	40,4
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	97	25,9	27,2	67,7
	Eri mieltä	71	18,9	19,9	87,6
	Täysin eri mieltä	27	7,2	7,6	95,2
	EOS	17	4,5	4,8	100,0
	Total	356	94,9	100,0	
Missing	System	19	5,1		
Total		375	100,0		

## Intranetistä löytyy ajankohtaista tietoa

Intranetistä löytyy ajankohtaista tietoa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	35	9,3	9,8	9,8
	Samaa mieltä	158	42,1	44,4	54,2
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	78	20,8	21,9	76,1
	Eri mieltä	25	6,7	7,0	83,1
	Täysin eri mieltä	8	2,1	2,2	85,4
	EOS	52	13,9	14,6	100,0
	Total	356	94,9	100,0	
Missing	System	19	5,1		
Total		375	100,0		

## Intranetistä löytyy oleellista tietoa

Intranetistä löytyy oleellista tietoa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	43	11,5	12,2	12,2
	Samaa mieltä	179	47,7	50,9	63,1
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	63	16,8	17,9	81,0
	Eri mieltä	17	4,5	4,8	85,8
	Täysin eri mieltä	9	2,4	2,6	88,4
	EOS	41	10,9	11,6	100,0
	Total	352	93,9	100,0	
Missing	System	23	6,1		
Total		375	100,0		

## Amk:n henkilöstön lähettämä sähköpostitieto on epäselvää

Amk:n henkilöstön lähettämä sähköpostitieto on epäselvää.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	15	4,0	4,2	4,2
	Samaa mieltä	44	11,7	12,4	16,6
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	82	21,9	23,1	39,7
	Eri mieltä	152	40,5	42,8	82,5
	Täysin eri mieltä	55	14,7	15,5	98,0
	EOS	7	1,9	2,0	100,0
	Total	355	94,7	100,0	
Missing	System	20	5,3		
Total		375	100,0		

**Amk:n henkilöstön lähettämä sähköpostitieto tulee ajoissa.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	27	7,2	7,6	7,6
	Samaa mieltä	135	36,0	38,0	45,6
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	95	25,3	26,8	72,4
	Eri mieltä	78	20,8	22,0	94,4
	Täysin eri mieltä	14	3,7	3,9	98,3
	EOS	6	1,6	1,7	100,0
	Total	355	94,7	100,0	
Missing	System	20	5,3		
Total		375	100,0		

**Internet-sivujen rakenne on sellainen, että tieto löytyy helposti.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	27	7,2	7,6	7,6
	Samaa mieltä	152	40,5	42,9	50,6
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	82	21,9	23,2	73,7
	Eri mieltä	62	16,5	17,5	91,2
	Täysin eri mieltä	22	5,9	6,2	97,5
	EOS	9	2,4	2,5	100,0
	Total	354	94,4	100,0	
Missing	System	21	5,6		
Total		375	100,0		

**Internet-sivuilla on ajankohtaista tietoa.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	38	10,1	10,7	10,7
	Samaa mieltä	170	45,3	48,0	58,8
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	94	25,1	26,6	85,3
	Eri mieltä	26	6,9	7,3	92,7
	Täysin eri mieltä	7	1,9	2,0	94,6
	EOS	19	5,1	5,4	100,0
	Total	354	94,4	100,0	
Missing	System	21	5,6		
Total		375	100,0		

**Amk:n ilmoitustaulun tulisi olla Internetissä.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	118	31,5	33,4	33,4
	Samaa mieltä	101	26,9	28,6	62,0
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	37	9,9	10,5	72,5
	Eri mieltä	37	9,9	10,5	83,0
	Täysin eri mieltä	14	3,7	4,0	87,0
	EOS	46	12,3	13,0	100,0
	Total	353	94,1	100,0	
Missing	System	22	5,9		
Total		375	100,0		

**Amk:n ilmoitustaulun tulisi olla Intranetissä.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	39	10,4	11,1	11,1
	Samaa mieltä	64	17,1	18,2	29,3
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	67	17,9	19,1	48,4
	Eri mieltä	56	14,9	16,0	64,4
	Täysin eri mieltä	61	16,3	17,4	81,8
	EOS	64	17,1	18,2	100,0
	Total	351	93,6	100,0	
Missing	System	24	6,4		
Total		375	100,0		

**Käytävien ilmoitustauluilla on vanhentunutta tietoa.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	95	25,3	26,8	26,8
	Samaa mieltä	107	28,5	30,1	56,9
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	52	13,9	14,6	71,5
	Eri mieltä	31	8,3	8,7	80,3
	Täysin eri mieltä	15	4,0	4,2	84,5
	EOS	55	14,7	15,5	100,0
	Total	355	94,7	100,0	
Missing	System	20	5,3		
Total		375	100,0		

**Käytävien ilmoitustauluilta löytyy olennaista tietoa.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	20	5,3	5,8	5,8
	Samaa mieltä	102	27,2	29,5	35,3
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	100	26,7	28,9	64,2
	Eri mieltä	55	14,7	15,9	80,1
	Täysin eri mieltä	16	4,3	4,6	84,7
	EOS	53	14,1	15,3	100,0
	Total	346	92,3	100,0	
Missing	System	29	7,7		
Total		375	100,0		

**Info-Tv:stä tulee tärkeää tietoa.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	25	6,7	7,1	7,1
	Samaa mieltä	92	24,5	26,1	33,1
	Ei samaa mieltä / ei eri mieltä	102	27,2	28,9	62,0
	Eri mieltä	52	13,9	14,7	76,8
	Täysin eri mieltä	24	6,4	6,8	83,6
	EOS	58	15,5	16,4	100,0
	Total	353	94,1	100,0	
Missing	System	22	5,9		
Total		375	100,0		

**Arvioi seuraavia viestintäkanavia tärkeyden mukaan**  
**Sähköposti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei lainkaan tärkeä	42	11,2	11,8	11,8
	Jonkun verran tärkeä	3	,8	,8	12,6
	Aika tärkeä	4	1,1	1,1	13,8
	Tärkeä	23	6,1	6,5	20,2
	Erittäin tärkeä	283	75,5	79,5	99,7
	EOS	1	,3	,3	100,0
	Total	356	94,9	100,0	
Missing	System	19	5,1		
Total		375	100,0		

**Intranet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei lainkaan tärkeä	22	5,9	6,2	6,2
	Jonkun verran tärkeä	78	20,8	21,9	28,1
	Aika tärkeä	114	30,4	32,0	60,1
	Tärkeä	93	24,8	26,1	86,2
	Erittäin tärkeä	30	8,0	8,4	94,7
	EOS	19	5,1	5,3	100,0
	Total	356	94,9	100,0	
Missing	System	19	5,1		
Total		375	100,0		

**Sähköinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei lainkaan tärkeä	42	11,2	11,8	11,8
	Jonkun verran tärkeä	74	19,7	20,8	32,7
	Aika tärkeä	82	21,9	23,1	55,8
	Tärkeä	93	24,8	26,2	82,0
	Erittäin tärkeä	54	14,4	15,2	97,2
	EOS	10	2,7	2,8	100,0
	Total	355	94,7	100,0	
Missing	System	20	5,3		
Total		375	100,0		

**Internet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei lainkaan tärkeä	35	9,3	9,8	9,8
	Jonkun verran tärkeä	18	4,8	5,1	14,9
	Aika tärkeä	29	7,7	8,1	23,0
	Tärkeä	94	25,1	26,4	49,4
	Erittäin tärkeä	179	47,7	50,3	99,7
	EOS	1	,3	,3	100,0
	Total	356	94,9	100,0	
Missing	System	19	5,1		
Total		375	100,0		



**Kaverit**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei lainkaan tärkeä	27	7,2	7,6	7,6
	Jonkun verran tärkeä	24	6,4	6,7	14,3
	Aika tärkeä	41	10,9	11,5	25,8
	Tärkeä	85	22,7	23,9	49,7
	Erittäin tärkeä	178	47,5	50,0	99,7
	EOS	1	,3	,3	100,0
	Total	356	94,9	100,0	
Missing	System	19	5,1		
Total		375	100,0		

**Tavallinen ilmoitustaulu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei lainkaan tärkeä	54	14,4	15,2	15,2
	Jonkun verran tärkeä	103	27,5	28,9	44,1
	Aika tärkeä	81	21,6	22,8	66,9
	Tärkeä	69	18,4	19,4	86,2
	Erittäin tärkeä	40	10,7	11,2	97,5
	EOS	9	2,4	2,5	100,0
	Total	356	94,9	100,0	
Missing	System	19	5,1		
Total		375	100,0		

**Opettajat, henkilökunta**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei lainkaan tärkeä	25	6,7	7,0	7,0
	Jonkun verran tärkeä	28	7,5	7,9	14,9
	Aika tärkeä	54	14,4	15,2	30,1
	Tärkeä	121	32,3	34,0	64,0
	Erittäin tärkeä	125	33,3	35,1	99,2
	EOS	3	,8	,8	100,0
	Total	356	94,9	100,0	
Missing	System	19	5,1		
Total		375	100,0		

## Viisari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei lainkaan tärkeä	83	22,1	23,4	23,4
	Jonkun verran tärkeä	96	25,6	27,0	50,4
	Aika tärkeä	81	21,6	22,8	73,2
	Tärkeä	44	11,7	12,4	85,6
	Erittäin tärkeä	14	3,7	3,9	89,6
	EOS	37	9,9	10,4	100,0
	Total	355	94,7	100,0	
Missing	System	20	5,3		
Total		375	100,0		